مناهج البحث في
الخدمة الاجتماعية

SOCIAL RESEARCH IN



CURRICULUM

أ.د/مدحت ابو النصر



مناهج البحث
في الخدمة الاجتماعية

فهرسة أثناء النشر إعداد إدارة الشئون الفنية - دار الكتب المصرية

أبو النصر، مدحت محمد

مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية / تأليف: أ. د. مدحت محمد أبو النصر، ط1 ـ القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر

252 ص: 24x17 سم.

الترقيم الدولي: 978-977-722-099-6

1- الخدمة الاجتماعية ـ بحوث

أ ـ العنوان

ديوي: 361,6072 رقم الإيداع: 2017/1510

الطبعة الأولى

2017



الناشر

المجموعة العربية للتدريب والنشر

8أ شارع أحمد فخري - مدينة نصر - القاهرة - مصر

تليفاكس: 23490242 - 23490419 (00202)

الموقع الإلكتروني: www.arabgroup.net.eg

info@arabgroup.net.egE-mail:

elarabgroup@yahoo.com

مناهج البحث

في الخدمة الاجتماعية

أستاذ دكتور/ مدحت محمد أبو النصر

رئيس قسم المجالات بكلية الخدمة الاجتماعية جامعة حلوان

دكتوراه من جامعة Wales ببريطانيا

أستاذ زائر بجامعة C.W.R. بأمريكا

أستاذ معار بجامعة الإمارات العربية المتحدة (سابقا)

رئيس قسم العلوم الإنسانية - كلية شرطة دبي (سابقا)

جائزة أفضل كتاب من الإمارات لعام 1996

الناشر

المجموعة العربية للتدريب والنشر



2017

بسم الـلـه الرحمن الرحيم

(وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ)

صدق الـلـه العظيم

(سورة آل عمران: 104)

(وَتَعَاوَنُواْ عَلَى الْبرِّ وَالتَّقْوَى وَلاَ تَعَاوَنُواْ عَلَى الإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُواْ الـلـهَ إِنَّ الـلـهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ)

صدق الـلـه العظيم

(سورة المائدة: 2)

قال رسول الـلـه صلى الـلـه عليه وسلم:

" من سلك طريقا يلتمس فيه علما سهل الـلـه له به طريقا إلى الجنة "

رواه مسلم

" إن مما يلحق المؤمن من عمله وحسناته بعد موته، علماً علمه ونشره، وولداً صالحاً تركه، ومصحفاً ورثه، أو مسجداً بناه، أو بيتاً لابن السبيل بناه، أو نهراً أجراه، أو صدقة أخرجها من ماله في صحته وحياته، وتلحقه من بعد موته". صدق رسول الـلـه صلى الـلـه عليه وسلم

رواه ابن ماجه وصححه الأبانى

إهداء

إلى

كل باحث في الخدمة الاجتماعية

لمساعدته على تحقيق معايير جودة البحث العلمي في

مهنة الخدمة الاجتماعية

بما يساهم في تدعيم مشروعات التنمية في الوطن العربي

المحتويات

مقدمة

قد يضع العلم حـدودا للمعرفـة Kowoledge، ولكنـه لا يجـب أن يـضع حـدودا للخيـال. ويقـول الأصمعي من لم يحتمل ذل التعليم Education ساعة، بقي في ذل الجهل أبـد الـدهر. كـذلك يقـول آدم سميث: العلم داء لسموم الخرافات. ويمكن التأكيـد عـلى أن الأمـم والـدول لـن تتقـدم بـدون اهـتمام حقيقي بالبحث العلمي Scientific Research وبتكنولوجيا المعلومات والحاسبات والاتصالات.

فلقد تقدمت كل الحـضارات القديمـة باهتمامهـا بـالعلم والمعرفـة والبحـث العلمـي. أيـضا كـل الحضارات الحالية قامت على العلم والمعرفة والبحث العلمي. وجزء كبـير مـن دخـل الـدول المتقدمـة قائم على اقتصاد المعرفةKoweledge Economey . وفي المقابل فإن أحـد الأسـباب الرئيـسية لتخلـف دول كثيرة هو عدم اهتمامها بالبحث العلمي بالشكل المناسب والمطلوب...

بكلمات أخرى فإنه يمكن أن نقول بأن البحـث العلمـي يلعـب درواً أساسـياً في قيـام الحـضارات وبناء صروحها، ولولا ذلك لما استطاعت المجتمعات في عصور شتى أن ترفع صروح حضارتها وتبلغ ذروة مجدها.

إن الدول المتقدمة التي حققت تقدماً ملموساً في مجـال العلـم والتكنولوجيـا، وتلـك التي قطعت شوطاً طويلاً في مجال التقدم والتنمية، إنما هـي دول آمنـت أساسـاً بالبحـث العلمي أسـلوباً ووسـيلة ومنهاجـاً، فاسـتطاعت بالبحـث العلمـي وضـع النظريـات وحـل

المشكلات وإشباع الحاجات واختراع الآلات ... ، وتمكنت أيضاً من خلال البحث العلمـي مـن أن تطـوع إمكاناتها من أجل تحقيق التنمية والتقدم لمجتمعاتها.

وفي ضوء ما سبق يمكن أن نقول بأن تقدم أي مجتمع يتوقف على مقدار ما حققه مـن تقـدم في مجال العلم والمعرفة.

إن الاهتمام بالبحث والذي يتجسد في صورة رعاية البـاحثين والميزانيـات المخصـصة يعتـبر أحـد المؤشرات على تقدم المجتمع. فالبحث العلمي هو حجر الزاوية في كل العلوم والمهن، فعلى أساسه يـتم التوصل إلى النظريات والقوانين، وعلى أساسه تتم الممارسة المهنية بشكل سليم وموضوعي.

والبحـث العلمـي هـو الدراسـة العلميـة المنظمـة، لظـاهرة معينـة، باسـتخدام المـنهج العلمـي، للحصول على حقائق جديدة، يمكن توصيلها للآخرين والتحقق من صدقها.

وقد لاقي البحث العلمي عناية متزايدة في الآونة الأخـيرة، باعتبـاره الأداة التـي لا غنـي عنهـا في تحسين الأداء في كل مجالات الحيـاة والعمـل، وفي تخطـيط وإدارة وتنفيـذ وتقـويم أي عمـل يـراد لـه النجاح ومطلوب له زيادة درجـة كفاءتـه وفاعليتـه، وفي دراسـة وتـشخيص جميـع ظـواهر ومـشكلات المجتمع بمختلف أنواعها، بل وفي اقتراح الحلول لها.

والبحث في الخدمة الاجتماعية Social Work Research هو إحدى الطرق المعاونة أو المـساعدة في مهنة الخدمة الاجتماعية. وهو عبارة عن تطبيق قواعد ومراحل البحث العلمي عـلى موضـوعات تهـم مهنة الخدمة الاجتماعية، وذلك بهدف تحسين الممارسة المهنيـة وبنـاء وتطـوير البنـاء المعـرفي في هـذه المهنة.

ولا شك أن البحث في الخدمة الاجتماعية من الأمور الصعبة والمحفوفـة بـالكثير مـن المـشكلات والمخـاطر. مـن هـذه المـشكلات والمخـاطر: عـدم تـوفر كثـير مـن الإحـصاءات الاجتماعية أو وجود إحصاءات اجتماعيـة مـضللة لا تمثـل الواقـع الفعـلي لأنمـاط وحجـم المشكلات الاجتماعية في المجتمع، أو صعوبة الحصول على الإحصاءات الواقعيـة والحديثـة والكاملة والموضوعية، أو تخوف كثير من المبحـوثين مـن المـشاركة في أي بحـث علمـي، أو

تخوف كثير من الجمعيات والمؤسسات والمنظمات والشركات من الإفـصاح عـما لـديها مـن معلومـات وبيانات...

وفي هذا الإطار يأتي صدور هذا الكتاب عن "مناهج البحث في الخدمة لاجتماعية" كجهـد علمـي متواضع في هذا المجال، بهدف إلقاء الضوء على أهمية إتباع طريقة البحـث العلمـي في دراسـة جميـع الظواهر الاجتماعيـة والمـشكلات الاجتماعيـة في المجتمـع، ودراسـة حاجـات ومـشكلات عمـلاء الخدمـة الاجتماعية، والجمعيـات والمؤسـسات والمـنظمات المـسئولة عـن إشـباع هـذه الحاجـات ومواجهـة هـذه المشكلات...

ويتكون الكتاب من إحدى عشر فصلا، يعرض **الفـصل الأول** مفـاهيم كـل مـن: العلـم والمعلومـات والمعرفة. بينما **الفـصل الثـاني** ألقـي الـضوء عـلى ماهيـة البحـث العلمـي وذلـك مـن حيـث التعريـف والخصائص والأهمية والعناصر... بينما **الفصل الثالث** عرض لموضوع قـيم وأخلاقيـات البحـث العلمـي. وفي **الفصل الرابع** تم الحديث عن ماهية البحث في الخدمة الاجتماعية...

ثم حاول المؤلف في **الفصل الخامس والسادس** أن يـساهم في تنميـة مهـارات البـاحثين في إعـداد وتنفيذ خطة البحث. ويعرض **الفصل السابع** موضوع أنواع ومناهج البحوث العلميـة بـصفة عامـة وفي مهنة الخدمة الاجتماعية بصفة خاصة. وفي **الفصل الثامن** تم الحـديث عـن مجـالات البحـث والعينـات. أيضا في **الفصل التاسع** تم الحـديث عـن أدوات جمـع البيانـات. ثـم **الفـصل العـاشر** تـم توضـيح كيفيـة التعامل مع بيانات البحث.

أما **الفصل الحادي عشر والأخير** بعنـوان Research Design فيعـرض لمراحـل البحـث العلمـي باللغـة الإنجليزية.

ويأمل المؤلف أن تزود هذه الفصول المتضمنة في هذا الكتاب كل من الطالب والباحـث والمتخـصص والقارئ المهتم بإجابات واضحة ومباشرة وبسيطة عـن كيفيـة إجـراء بحـث علمـي عـلى أسـس علميـة سليمة في مهنة الخدمة الاجتماعية.

وباختصار فإن هذا الكتاب موجه إلى كل طالب في يدرس أحد العلوم الاجتماعية والإنسانية يريد أن يجري بحثا أو حلقة بحث، وإلى كل باحث في هذه العلوم سواء في مرحلـة دبلـوم الدراسـات العليـا أو الماجستير أو الدكتوراه يريد أن يدعم بحثه بمرجع حديث ومفيد.

هذا ولقد تم استخدام العديد من المراجع العربية والأجنبية في إعداد هذا الكتاب ـ ما بين كتاب وبحث ومقال وترجمة ومؤتمر، هذا بالإضـافة إلى الاسـتعانة بـبعض مواقـع شـبكة المعلومـات الدوليـة "الإنترنت".

والمؤلف يشكر الـلـه سبحانه وتعالى على توفيقه في إعداد هذا الكتاب المتواضع، والذي به بعض النواقص بلا شك، فالكمال لله وحده وتعالى.

وبالـلـه التوفيق،،

المـؤلـف

أ.د. مدحت أبو النصر

القاهرة: 2016

الفصل الأول

العلم والمعرفة والمعلومات

ويشتمل على النقاط التالية:

- العـلم
- المعلومـات
- المعرفـة

الفصل الأول

العلم والمعرفة والمعلومات

العلم:

في بداية هذا الفصل نؤكد على مقولة مهمة وهي: قد يضع العلم حدودا للمعرفة، ولكنه لا يجب أن يضع حدودا للخيال. ويقول الأصمعي من لم يحتمل ذل التعليم ساعة، بقي في ذل الجهل أبدا. كذلك يقول آدم سميث: العلم داء لسموم الخرافات. ويمكن التأكيد على أن الأمم والدول لن تتقدم بدون اهتمام حقيقي بالبحث العلمي وبتكنولوجيا المعلومات والحاسبات والاتصال.

ويُعد العلم Science نشاطا يهدف إلى زيادة فهم الإنسان لما يحدث من حوله، وزيادة قدرة الإنسان في السيطرة على الطبيعة... وهناك مصادر كثيرة يمكن بواسطتها جمع المعلومات عن الطبيعة المادية والطبيعة البشرية، ولكن يمكن بصفة عامة تحديد خمسة مصادر رئيسية يمكن جمع المعلومات منها:

1- الأمثال والحكم الشعبية.
2- الأساطير والقصص والتميمات المختلفة.
3- الأدب والفنون.
4- الخبرة الشخصية.
5- البحث العلمي.

والبحث العلمي يعتمد بشكل أساسي على العلم في جمع المعلومات، وإن كان أيضاً يستفيد من المصادر الأخرى بشكل أو بآخر.

هذا ويعتبر العلم مدخلاً إلى المعرفة Knowledge الإنسانية، يقوم على محاولة تطوير مبادئ عامة، مستقاة من الملاحظات الأمبريقية * عن الظواهر التي يمكن دراستها. وهذه المبادئ العامة أو التعميمات، Greneralizations المترابطة التي تكون هيكل المعرفة في أي علم، لا تعكس خبرات فردية متناثرة ومنفصلة بل تعبر عن إتفاق المجتمع العلمي برمته. ويقوم العلم على دعوى جوهرية، محصلتها أنه من الممكن استقاء المعرفة عن العالم المحيط من خلال الحواس، وأن صدق هذه المعرفة يتأكد بواسطة الملاحظات التي يقوم بها كثير من الأشخاص. وأنه من الممكن – نسبياً – التحكم في تحيز الملاحظة والقيم الشخصية حتى تتوافر درجة ملائمة من الموضوعية.

وينطوي العلم على الربط المنطقي بين الملاحظات، ولهذا لا يمكن أن يقتصر على مجرد تجميعها أو حتى تصنيفها، بل يمتد دور العلم إلى التفسير والتنبؤ. ومن هنا تتعرض المبادئ والنظريات العلمية باستمرار للنقد، وللاختبارات المتكررة والمراجعة الدقيقة.



تعريف العلم:

قدم بعض العلماء تعريفات عديدة للعلم، نذكر منها:

1- العلم هو الدراسة الموضوعية المنظمة للظواهر الواقعية وما يترتب على ذلك من بناء للمعرفة.

2- العلم هو المعرفة المنظمة، يبدأ بالواقع وينتهي إلى تفسيره.

3- العلم هو منهج وأسلوب يستهدف المعرفة والفهم للظواهر.

4- العلم مجموعة منظمة من المعارف تدور حول موضوعات عقلية أو طبيعية أو إنسانية، أو هو دراسة لهذه الموضوعات من وجهات نظر مختلفة.

5- العلم مجموعة من المبادئ والقوانين والنظريات والمعارف المنسقة التي وصلنا إليها.

خصائص العلم:

نستخلص من التعريفات السابقة الخصائص التالية للعلم وهو أنه:

1- منظم.
2- موضوعي.
3- إمبريقي.
4- يعتمد على المنهج العلمي.

أهداف العلم:

للعلم أهداف عديدة نذكر منها:

1- تصنيف الظواهر أو المشكلات.
2- وصف الظواهر أو المشكلات.
3- تفسير الظواهر أو المشكلات.
4- التحكم في الظواهر أو المشكلات.
5- التنبؤ بحدوث الظواهر أو المشكلات في المستقبل.



المعلومات:

نحن في عصر المعلومات Information Age، وذلك نظراً لما نراه من النمو السريع في المعلومات والمعارف Knowledge من حولنا، فعلى مستوى العالم فإن كمية المعلومات تتضاعف كل خمس سنوات، وقوة الحاسب الآلي Computer تتضاعف كل سنتين على الأقل.

والمشكلة التي تواجهنا ليس كما كانت في الماضي - مشكلة نقص المعلومات Lack of information – - بل المشكلة الآن هي التعامل الذكي ليس فقط مع الكم الهائل من المعلومات المتوفرة بل مع التعدد الكبير في وسائل وطرق النقل وتخزين وتبادل المعلومات.

هذا ويقول آلفين توفلر في كتابه صدمة المستقبل Future Shock، أن من خصائص العصر الذي نعيشه زيادة التحميل بالمعلومات. ويقصد بها زيادة فرط التنبيه عند المستوى الإدراكي من كثرة المعلومات التي حولنا، والمطلوب من الإنسان امتصاصها ومعالجتها وتقييمها والاحتفاظ بها واستخدامها وإصدار الأفعال والقرارات في ضوئها.

أيضاً نحن نعيش ثورة المعلومات Information Revolution الذي يقوم فيه الحاسب الآلي بالدور الأول. وهي الثورة التي لا يمكن تجنبها حتى بالنسبة للدول الأقل تقدماً. فلقد أصبح العالم قرية إلكترونية صغيرة يربطها شبكات للمعلومات Information Networks من خلال وسائل الاتصال المتعددة عبر الأقمار الصناعية Satalites والموجات شديدة القصر. وفي القرن الحادي والعشرين ستكون صناعة المعلومات Information Industry ثروة من ثروات الشعوب كالغذاء والنفط وستصنف فيه الدول حسب إنتاجها واستخدامها للمعلومات، وستعرف الأمية على مستوى هذا العالم الجديد بالأمية المعلوماتية لا أمية القراءة والكتابة.

إن تكنولوجيا المعلومات Information Technology أصبحت تشكل نظاماً متكاملاً يجمع بين المعلومات ونظم الحاسبات الإلكترونية ونظم الاتصالات. وقد برزت تكنولوجيا المعلومات لتفرض نفسها كصناعة Industry متعددة الجوانب ووسيلة لا غنى عنها للإنسان

في مختلف مراحل عمره وفي أدائه لمختلف وظائفه من اتخاذ القرار أو البحث أو التنفيذ وحتى في حياته المنزلية والاجتماعية واليومية.



الحقائق والبيانات والمعلومات:

الحقائق **Facts:** هي وقائع تمثل واقع الأمر، سواء كانت ذات صفة شخصية تختص بأشخاص معينين في المؤسسة،.. أو كانت ذات صفة مؤسسية ناتجة من ممارسة نشاط المؤسسة..، أو كانت ذات صفة بيئية تمثل واقع الأمور في البيئة المحيطة بالمؤسسة.

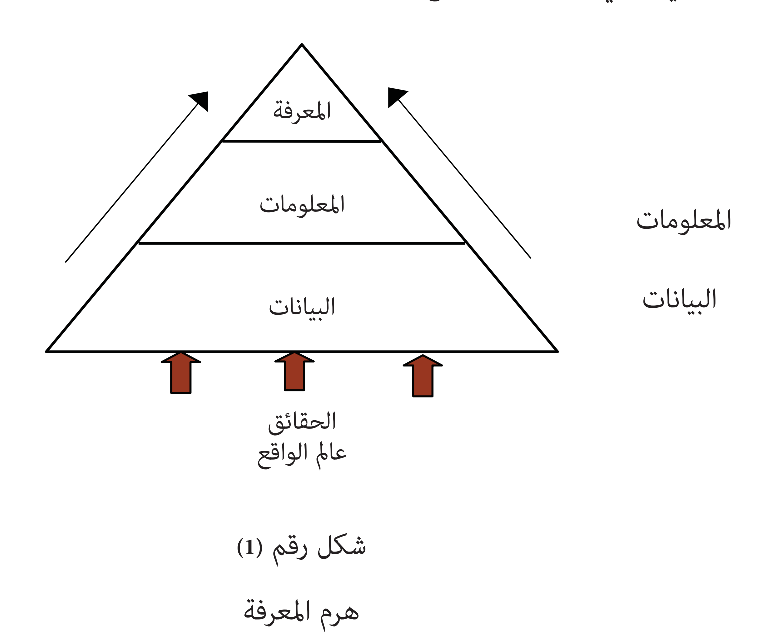
البيانات **Data:** هي مجموعة من الحقائق الأولية أو الخام Raw Facts التي يتم تسجيلها بواسطة رموز Symbols معينة (كلمات، حروف، أشكال، أرقام...) بحيث يمكن الرجوع إليها في وقت لاحق مثل: عدد وأسماء العاملين، عدد ساعات العمل في الأسبوع، عدد مرات الغياب، عدد وأسماء العملاء أو الزبائن...

ويتم تنظيم هذه الحقائق الخام وترتيبها بأسلوب أو بطريقة هادفة ذات معنى، فتصبح بذلك معلومات. فالبيانات هي مدخلات Inputs لنظام مخرجاته المعلومات.

المعلومات **Information:** المعلومات هي حقائق غير يقينية بل هي احتمالية ونسبية. أيضا المعلومات هي مجموعة البيانات المنظمة بطريقة هادفة، بما يجعل لها قيمة إضافية على قيمة البيانات نفسها.

فالمعلومات هي نتاج معالجة البيانات Data Processing، بهدف خلق وزيادة المعرفة لمتخذ القرار بما يمكنه من الحكم السديد على واقع الأمور واتجاهاته المستقبلية. وبذلك فإن البيانات هي المادة الخام للمعلومات، والاحتفاظ بهذه الحقائق والبيانات والمعلومات وتحديثها شيء هام ومحوري لتحسين أي عمل.

والشكل رقم (1) يوضح ترتيب هذه المفاهيم السابق ذكرها وكيف أن الوصول إلى المعلومات يوفّر لنا المعرفة المطلوبة لفهم والتخطيط واتخاذ القرارات وتنفيذ وتقويم العمل في مختلف مجالات النشاط البشري سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية أو العسكرية ...، وإجراء البحوث الأساسية والتطبيقية في مجالي الخدمات والإنتاج.



شكل رقم (1)

هرم المعرفة

أدوات إنتاج المعلومات:

هذا ويمكن إنتاج المعلومات Information Productionعن طريق استخدام أدوات عديدة نذكر منها:

1- الاتصال المباشر والدائم مع كل نظم المؤسسة (مثل: نظام الأفراد ونظام التشغيل ونظام الشئون المالية، ...).

2- إجراء البحوث والدراسات الميدانية.

3- الملاحظة بالمشاركة.

4- المقابلات.

5- الاستبيانات واستطلاعات الرأي.

6- استخدام الحاسب الآلي.

7- إجراء التجارب الميدانية.

8- إجراء التجارب المعملية.

مصادر المعلومات:

ويمكن الحصول على المعلومات من مصادر عديدة نذكر منها:

1- مصادر داخلية ومصادر خارجية.

2- مصادر مباشرة ومصادر غير مباشرة.

3- مصادر أولية ومصادر ثانوية.

4- مصادر سرية ومصادر غير سرية.

5- مصادر رسمية ومصادر غير رسمية.

6- مصادر أمنية ومصادر غير أمنية.

7- مصادر موثوق بها ومصادر غير موثوق بها.

8- مصادر قطرية ومصادر إقليمية ومصادر دولية.

9- مصادر إلكترونية ومصادر غير إلكترونية.

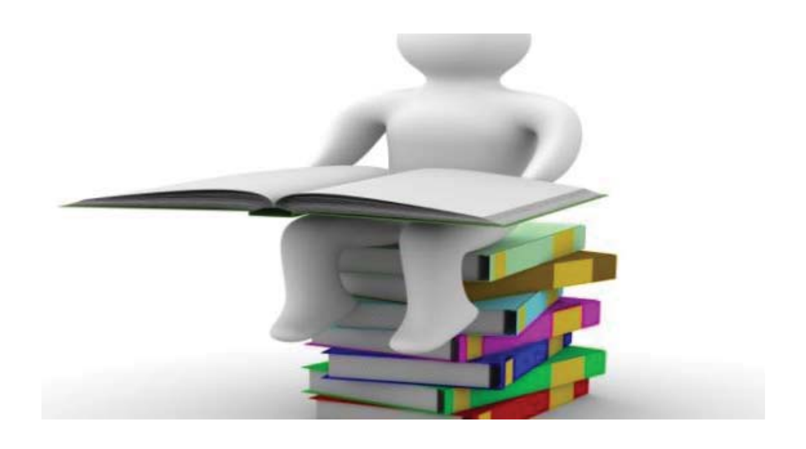
فعلى سبيل المثال يقصد بالمصادر الأولية Primary Sources أو الأصلية الوثائق والسجلات والمخطوطات والإحصاءات والبحوث والتقارير الرسمية... التي يقوم بنشرها نفس الباحثين أو الهيئات التي قامت بجمع البيانات وتحليلها ونشرها. بمعني أنها هي المصادر التي دونت وسجلت معلوماتها بشكل مباشر بواسطة الشخص أو الجهة المعنية بجمع تلك المعلومات ونشرها.

أما المصادر الثانوية Secondary Sources فهي التي تنقل معلوماتها عن المصادر الأولية.

ومن أمثلتها: الكتب والمقالات في الصحف والمجلات... فعندما نجد إحصاءات الجريمة التي صدرت عن وزارة الداخلية منشورة في إحدى الصحف أو المجلات أو الكتب، ونستفيد أو نستعين بها دون الرجوع إلى المصادر الأصلية أو الأولية لها، فهذا معناه أننا رجعنا إلى المصادر الثانوية.

ويمكن أن نؤكد على أهمية تفضيل المصادر الأولية على المصادر الثانوية لأن الأخيرة قد تحتوي على أخطاء نتيجة نقل البيانات والمعلومات عن المصادر الأولية. أما إذا كان الباحث مضطراً فعليه الاستعانة بالمصادر الثانوية.

وبالنسبة للمصادر غير الإلكترونية والتي أحيانا نطلق عليها المصادر الورقية، مثل: الكتب والمجلات والمجلدات والقواميس والمقالات والبحوث الورقية فهي مهمة جدا وهي الأصل في المصادر.



ولكن على الباحث الاستعانة أيضا بالمصادر الإلكترونية مثل الكتب والمجلات والمجلدات والقواميس والمقالات والبحوث الإلكترونية والمتوفرة على قواعد البيانات في مواقع شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت). ولكن هناك نقطة مهمة في هذا الخصوص، وهي ضرورة عدم الاستعانة بالمصادر الإلكترونية فقط، أو أن يتم الاستعانة بها بشكل أكبر من المصادر غير الإلكترونية. والقاعدة هنا هو الاستعانة بالمصادر غير الإلكترونية بشكل رئيسي والمصادر الإلكترونية بشكل مساعد.

وبصفة عامة عندما يقوم الباحث بقراءة إحدى المراجع أو الكتب أو الدراسات والبحوث المرتبطة بموضوع بحثه عليه أن يستخدم الكروت أو البطاقات المصنوعة من الورق الأبيض المقوى (10سم × 14سم تقريباً) والمتوفرة في محلات الأدوات الكتابية، لكي يكتب عليها ما نقله أو لخصه من هذه المصادر.



والآتي نموذج لهذه الكروت:

بيانات المرجع كاملة: ....
الموضوع أو العنوان: ....
يكتب الباحث هنا ما قام بنقله أو لخصه من المرجع: ....
الصفحة أو الصفحات التي استعان بها الباحث: ....

شكل رقم (2)

نموذج لكروت نقل أو تلخيص المعلومات من المراجع

أهمية المعلومات:

إذا كانت التكنولوجيا Technology هي المحرك الضخم للمجتمع، فإن المعرفة هي وقود هذا المحرك. وهذا المحرك يتلقى كل يوم غذاء أفضل وأغنى.هذا ولقد صدقت مقولة فرنسيس باكون عندما قال أن "المعرفة هي القوة". هذا ويمكن تحديد أهمية المعلومات لأي منظمة أو مهنة في النقاط التالية على سبيل المثال:

1- في اتخاذ القرارات.	6- في وضع الخطط والبرامج.
2- في تحسين العمل.	7- في وضع الميزانيات.
3- في التقويم.	8- في التنبؤ بالمستقبل.
4- في المحاسبية Accountability	9- في عمليات مواجهة المشكلات.
5- في ترشيد استخدام الموارد.	

بعض أنواع المعلومات:

التصنيف	النوع	Type
1) معلومات (حسب فائدتها لمستويات الإدارة)	إدارية	Managerial
	تنفيذية	Executive
	مكتبية	Office
2) معلومات (حسب مصدرها)	داخلية	Enternal
	خارجية	External
3) معلومات (حسب طبيعتها)	ذات طبيعة تاريخية	Histrorical
	ذات طبيعة حاضرة	Online/Current
	ذات طبيعة مستقبلية	Predictive
4) معلومات (حسب نوعها)	كمية	Quantitive
	غير كمية	Qualititive
5) معلومات (حسب إمكانية الحصول عليها)	متاحة	Available
	ممكنة	Possible
	غير متاحة	Non – Available
6) معلومات (حسب فائدتها)	معلومات جيدة	Good
	معلومات رديئة	Bad

هذا ويقصد بالمعلومات الرديئة بأنها القديمة أو المختصرة أو غير ذات دلالة أو غير ذات علاقة أو غير موثوق بها أو الناقصة...

خصائص المعلومات الجيدة:

يمكن أن نقول أن المعلومات الجيدة هي التي تتصف بالخصائص التالية:

1- دقيقة Accurate
2- اقتصادية Economical
3- مرنة Flexible (قدرتها على التشكل)
4- لها صفة الثبات (أي يمكن الاعتماد عليها والثقة فيه) Reliable
5- الوضوح Clarity.
6- في وقتها (Fresh + New) Timely.
7- يمكن التحقق من صدقها Verifiable .
8- عدم التحيز Free From Bias .

ويضيف بريسون خصائص أخرى هي:

1- الملائمة Appropriateness .
2- الشمول Comprehensiveness .
3- إمكانية الوصول إليها Accessibility .

أيضا يضيف نبيل على خصائص أخرى هي:

1- السيولة.
2- قابليتها للنقل والاندماج.
3- قابليتها للنمو مع الاستخدام.
4- سهولة نسخها.
5- قابليتها للتقوية والفرز.

المعرفـة

المعرفة knowledge أوسع وأشمل من العلـم لأنهـا تتـضمن معـارف علميـة وأخـري معـارف غـير علمية. أيضا كما سبق القول فإن الهدف من جمع الحقـائق والبيانـات والمعلومـات هـو تحقيـق المعرفـة. يقول فرانسيس بايكون F. Bacon المعرفـة قـوة Knowledge is Power. والمثـل الإنجليـزي يقـول: A little learning or knowledge is a dangerous thing . بمعنى أن "العلم القليل (أو المعرفة القليلة) شيء خطر".

ويقابل هذا المثل في العربية "نصف العلم أخطر من الجهل". أي أن العلم الناقص قد يضل المـرء وقد يورده موارد التهلكة. والشاعر يقول: بالعلم والمال يبني الناس ملكهم.. لم يُبن مُلك على جهل وإقلال.

ولغوياً مصطلح المعرفة مشتق من الفعل "يعرف"، أي الوصـول إلى معلومـات أو أنبـاء أو أخبـار عن طريق التعلم أو التعليم أو الخبرة أو بواسطة كل هذه الوسائل.

ومن تعريفات مفهوم المعرفة، نذكر:

1- المعرفة هي القدرة على ترجمة المعلومات إلى أداء لتحقيق مهمة محـددة أو إيجـاد شيء محـدد، وهذه القدرة لا تكون إلا عند البشر ذوي العقول والمهارات الفكرية (بيـتر دراكـر Peter Drucker: 1998).

2- المعرفة هي الفهم الناتج عن التعلم والدراسة والخبرة (رانيا مصطفي: 2014).

3- المعرفة هي فهم المعلومات استنادا إلى مـدي أهميتهـا أو ارتباطهـا بموضـوع البحـث أو الدراسـة (رانيا مصطفي: 2014).

4- المعرفة هي امتلاك المعلومات والقدرة على التعبير عنها.

5- المعرفة هي كل ما هو معروف أو مفهوم.

6- المعرفة مفهوم يستخدم لوصف فهم أي منا للحقيقة.

7- المعرفة هي مجموعة النماذج التي تصف خصائص متعددة وسلوكيات ضمن نطاق محدد.

8- المعرفة هي الأفكار أو الفهم الذي يبديه نسق معين (فرد / جماعة / منظمة / مجتمع) والذي يستخدم لاتخاذ سلوك فعال نحو تحقيق أهداف هذا النسق (محمد العيوطي: 2006).

9- المعرفة هي مفهوم شامل وعام بكل ما يحيط بالإنسان من أحكام وتصورات ومفاهيم ومعتقدات في مختلف مجالات النشاط الإنساني (طلعت مصطفى السروجي وآخرون: 2016).

خصائص المعرفة:

ومن خصائص المعرفة كمورد Resource للقوة أنها:

1- تنتج عن التفكير.
2- مرنة.
3- لا تنقص كميتها باستخدامها (على عكس أشكال القوة الأخرى مثل: الثروة والعنف ...).
4- جماعية استخدامها.
5- متاحة للفقراء وللضعفاء.
6- المعرفة هي عنصر من عناصر الإنتاج.
7- حيوية لاستمراريتها.
8- تراكمية.
9- أساس لخلق ميزة تنافسية.
10- مرشد لاستشراف المستقبل.

القراءة الطريق الملكي للمعرفة:

القراءة فناً لغوياً له دوره الفعال في شتى مجالات الحياة للإنسان. ومن مهارات الاتصال الفعال مهارة القراءة Reading Skill. وعلى كل من المرسل والمستقبل اكتساب مهارة القراءة لكل أنواع الاتصالات المكتوبة سواء كانت تقرير أو خطاب أو مذكرة أو فاكس أو بريد إلكتروني...

والقـراءة تعتـبر لغـة منطوقـة Spoken Language وهـذا النـوع مـن اللغـات يـستخدمه الإنـسان للاتصال بالآخرين من خلال الحديث والحوار Dialog معهـم. ويطلـق عليهـا أحيانـاً بالاتـصال الـشفهي Vocal Communication . وأول أمر صدر لجميـع المـسلمين جـاء في أول آيـة قرآنيـة نزلـت عـلى سـيدنا محمد صلى اللـه عليه وسـلم، حيـث يقـول اللـه سبحانه وتعالى: (**اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَـقَ** {1/96} **خَلَقَ الْإِنـسَانَ مِـنْ عَلَـقٍ** {2/96} **اقْـرَأْ وَرَبُّـكَ الْأَكْـرَمُ** {3/96} **الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ** {4/96} **عَلَّمَ الْإِنسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ** {5/96}) [العلق: 5-1].



مرتكزات عملية تكوين أو بناء المعرفة:

تشير الدراسات إلى أن عملية تكوين أو بناء المعرفة تعتمد عـلى أربعـة مرتكـزات أساسـية، هـي كالتالي:

1- تخليق المعرفة Knowledge Creation.

2- توزيع المعرفة Knowledge Distribution.

3- التشارك بالمعرفة Knowledge Sharing.

4- خزن وترميز المعرفةKnowledge Capture & Codification.

أنواع المعرفة:

هناك أنواع عديدة من المعرفة، ومن أشهر هذه الأنواع:

1- **المعرفة الحسية**:وتلك التي يتم الحصول عليها بواسطة الإنسان عن طريق حواسه الخمسة .

2- المعرفة الفلسفية: وتلك التي يتم الحصول عليها بواسطة الإنسان عن طريق التأمل.

3- المعرفة العلمية: وتلك التـي يـتم الحـصول عليهـا بواسـطة الإنـسان عـن طريـق تطبيـق المـنهج العلمي.

مراجع الفصل

أولا: المراجع العربية

1- آلفين تولفر: **صدمة المستقبل، المتغيرات في عالم الغد**، ترجمة محمد على ناصف (القاهرة: نهضة مصر، ط 2، 1990). حسين شراره ومحمد السعيد خشبه: **برنامج تكنولوجيا المعلومات** (القاهرة: الجمعية الاستشارية للشرق الأوسط، 1995).

2- رانيا مصطفي: **إدارة المعرفة وتنمية رأس المال الفكري** (القاهرة: منظمة اليونيسف، 2014).

3- زينب الأشوح: **طرق وأساليب البحث العلمي** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2014).

4- طلعت مصطفى السروجي وآخرون: **البحث في الخدمة الاجتماعية** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان 2016).

5- عبدالرحمن العيسوي: **مفاهيم البحث في علم النفس** (الإسكندرية: المكتب العربي الحديث، 1997).

6- على عبدالمعطي محمد ومحمد السرياقوسي: **أساليب البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح، 1988).

7- على عسكر وآخرون: **مقدمة في البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح، 1992).

8- محمد العيوطي: **المعرفة ودورها في دعم اتخاذ القرار** (دبي: مركز دعم اتخاذ القرار، القيادة العامة لشرطة دبي، 2006).

9- محمد صادق إسماعيل: **البحث العلمي بين الواقع والمأمول** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2016).

10- محمد عاطف غيث وآخرون: **قاموس علم الاجتماع** (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1979).

11- محمد على محمد: **علم الاجتماع والمنهج العلمي** (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ط 2، 1981).

12- مدحت محمد أبو النصر وحامد أنور الجزيري: " التدريب على التقنية الحديثة في مجال نظم المعلومات "، **مؤتمر التطور التقني وفاعلية العملية التدريبية**، الإدارة العامة لشرطة أبو ظبي، أبو ظبي: 15 - 18 فبراير 1998.

13- مدحت محمد أبو النصر: **قواعد ومراحل البحث العلمي** (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2004).

14- نبيل على: العرب وعصر المعلومات، **سلسلة عالم المعرفة**، رقم 184،الكويت: نيسان 1994م.

ثانيا: المراجع الأجنبية

1- Grey Denham**: Knowledge Management and Information** (N.Y.: Free Press, 2015).

2- Jo. Bryson: **Effective Library & Information Center Management** (England: Gower Publishing, Co., 1990).

3- Joseph W. Wilkinson: **Accounting and Information System** (N.Y.: John Wiley & Sons, Inc., 1991).

4- Langenbach G. Robert: **Introduction to Automated Data Processing** (N.Y.: Prentce- Hall, 1968).

5- Matles Walsh: **Information Management Systems** (Virginia:Reston Publishing Compant, 1979).

6- Patrick G. Mckeown**: Living With Computers** (N.Y.: H B J, 1991).

7- Peter Drucker: "The Discpline of Innovation", **Harvard Business Review**, Nov.-Dec. 1998.

8- Pradip N. Khandwalla: **The Design of Organization** (N.Y.: Harcourt Brace Jovanovih Inc., 1990).

9- Ralph M. Stair: **Pricniples of Information System** (Boston: Boyd & Fraser Publishin Company, 1992).

10- Shelley Chasen & Sylvia B. Cohen**: Basic Computing** (N.Y.: Scholastic Inc., 1984).

الفصل الثاني

ماهية البحث العلمي

ويشتمل على النقاط التالية:

- تعريف البحث العلمي
- خصائص البحث العلمي
- خصائص الطريقة العلمية
- أهمية البحث العلمي
- عناصر البحث العلمي
- أهداف البحث العلمي

الفصل الثاني

ماهية البحث العلمي

تعريف البحث العلمي:

يتكون مفهوم البحث العلمي من كلمتين هما: البحث والعلمي. ولغويا يقصد بكلمة البحث المحاولة للكشف عن شيء غير معروف أو التفتيش عنه والسؤال عنه (لسان العرب: 1970). بينما كلمة علمي فهي نسبة إلى العلم والمعرفة وتطبيق المنهج العلمي.

هذا ولقد تعددت تعريفات البحث العلمي Scientific Research، وقد يرجع ذلك إلى أن كل مؤلف ينظر إلى البحث العلمي من منظور معين أو يركز على جانب معين أو أهداف معينة في البحث العلمي، أيضاً قد يرجع ذلك إلى أن موضوعات ومجالات البحث العلمي متنوعة.

والآتي عرضا لبعض تعريفات البحث العلمي:

1- **البحث العلمي هو:** الدراسة العلمية المنظمة لظاهرة معينة، باستخدام المنهج العلمي، للحصول على حقائق جديدة يمكن توصيلها، والتحقق من صدقها.

2- **البحث العلمي هو:** نشاط أو جهد إنساني مبذول يبدأ بالنظرية العلمية وينتهي إليها ماراً بالمنهج العلمي، فأما يدعم النظرية أو يعدلها.

3- **البحث العلمي هو:** سعي وراء المعرفة بإتباع أساليب علمية مقننة.

4- **البحث العلمي هو:** محاولة منظمة موضوعية معينة تستهدف دراسة مشكلة محددة من أجل التوصل إلى مبادئ عامة.

5- **البحث العلمي هو**: محاولة منظمة موجهة نحو إيجاد إجابات لتساؤلات معينة.

وعليه فإنه يمكن تعريف البحث العلمي بأنه نشاط إنساني فكري منظم، يستخدم المنهج العلمي للتحقق من المعرفة القائمة، أو للحصول على معرفة جديدة، ويهدف إلى تحقيق الفهم المبنى على الوصف والتفسير والتنبؤ واقتراح الحلول الممكنة للمشكلات.

أيضا يمكن تعريف البحث العلمي بأنه استقصاء منظم ونقدي، لظاهرة ما أو مشكلة ما، بهدف وصف وشرح وفهم العلاقات بين أبعادها. وباللغة الإنجليزية:

Scientific research is a systematic and critical investigation, about phenomena or problem, to describe, explain and finally to understand the relations among its dimentions.

خصائص البحث العلمي:

في ضوء التعريفات السابقة يمكن تحديد خصائص أو سمات البحث العلمي في التالي:

1- يبدأ البحث بسؤال بذهن الباحث عن أحد الظواهر أو المشكلات أو المواقف أو القضايا...

2- يستخدم الباحث المنهج العلمي عند دراسته لموضوع البحث.

3- يهدف الباحث في بحثه جمع بيانات جديدة أو استخدام البيانات المتاحة للوصول إلى نتيجة كانت غير معروفة من قبل، وذلك للإجابة عن أسئلة البحث أو لاختبار صدق أو عدم صدق فروض البحث.

4- يتسم البحث بالنظامية Systematic فالبحث له مراحل عديدة يجب إتباعها بشكل مرتب ومنطقي، ولا يمكن الانتقال إلى المرحلة التالية إلا بعد إنجاز المرحلة السابقة لها. فعلى سبيل المثال لا يمكن البدء في جمع البيانات إلا بعد تصميم واختبار أدوات جمع البيانات...

5- نتائج البحث لا بد أن تتصف بالموضوعية Objectivity، ويمكن توصيلها للآخرين والاستفادة منها. أيضاً إذا أراد الباحثون الآخرون التحقق من صدقها فإنه يمكنهم ذلك، إذا اتبعوا نفس الخطوات والإجراءات.

6- يركز البحث على الوصول إلى نظريات Theories أو مبادئ Principles عامة يمكن من خلالها التنبؤ بأحداث مستقبلية من خلال تحديد العلاقات بين المتغيرات Variables في إطار معين.

خصائص الطريقة العلمية:

تستمد الطريقة العلمية خصائصها من خصائص البحث العلمي، وتتميز الطريقة العلمية في البحث بعدد من الخصائص من أهمها:

-1 الموضوعية:

تتسم الطريقة العلمية في البحث بالموضوعية Objectivity وتعنى الموضوعية عدم التحيز في أي مرحلة من مراحل البحث بدءًا من تحديد المشكلة ووضع الفروض وجمع البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج، ويتطلب هذا الأمر ضرورة أن يتصف القائمون على أمر البحث بالموضوعية حتى تكون النتائج التي يتم التوصل إليها موضوعية ومؤسسة على بيانات حقيقية وليس على تقدير أو مشاعر الباحث. وكلما زادت الموضوعية في فهم البيانات والاستفادة منها كلما زادت قدرتنا على وصف البحوث بأنها علمية، ويعنى هذا أن الباحثين عند شرحهم للبيانات ينبغي أن يبتعدوا عن القيم والاعتقادات والميول الشخصية.

2- الدقة في القياس:

تقوم الطريقة العلمية في البحث على الدقة في قياسAccuracy in Mesearment الظواهر وتفسيرها وتتطلب الدقة ضرورة اختيار أدوات القياس المناسبة حتى تكون النتائج التي يتم التوصل إليها مطابقة أو قريبة من الواقع الفعلي ولاشك أن الدقة في قياس الظواهر الاجتماعية أمر تحيط به المصاعب بعكس الحال في قياس الظواهر المادية والطبيعية وسوف يتضح ذلك عند التعرض لصعوبات تطبيق الطريقة العلمية في البحوث الاجتماعية لاحقًا.

3- قابلية النتائج للتعميم:

تشير قابلية النتائج للتعميم Generalization إلى إمكانية الاستفادة من نتائج البحث التي تم التوصل إليها في حل المشكلات المماثلة في المنظمة أو المنظمات المشابهة لها. ويتطلب

تحقيق هذه الخاصية - خاصة في العلوم الاجتماعية - ضرورة الاهتمام باختيار وتصميم العينة بشكل دقيق وموضوعي، ويلاحظ أن هناك صعوبات في توافر هذه الخاصية في العلوم الاجتماعية منها الإدارة، وفى البحوث الاجتماعية بالطبع كما سنرى لاحقًا.

4- قابلية التكرار:

وتعنى هذه الخاصية أن الطريقة العلمية في البحث تقوم على إمكانية تكرار Repeatability استخدام نفس الإجراءات والخطوات في الحالات والمشاكل المماثلة وفى حالة تكرار استخدام هذه الإجراءات والخطوات والتوصل إلى نفس النتائج سوف تزداد ثقتنا بهذه الخطوات وتلك الإجراءات (انظر: عادل ريان: 2012).

أهمية البحث العلمي:

يلعب البحث العلمي دوراً أساسياً في قيام الحضارات وبناء صروحها، ولولا ذلك لما استطاعت المجتمعات في عصور شتى أن ترفع صروح حضارتها وتبلغ ذروة مجدها.

إن الدول المتقدمة التي حققت تقدماً ملموساً في مجال العلم والتكنولوجيا، وتلك التي قطعت شوطاً طويلاً في مجال التقدم والتنمية، إنما هي دول آمنت أساساً بالبحث العلمي أسلوباً ووسيلة ومنهاجاً، فاستطاعت بالبحث العلمي وضع النظريات وحل المشكلات وإشباع الحاجات واختراع الآلات ...، وتمكنت أيضاً من خلال البحث العلمي من أن تطوع إمكاناتها من أجل تحقيق التنمية والتقدم لمجتمعاتها.

ويمكن أن نؤكد على وجود حاجة ماسة وملحة للبحث العلمي في عملية التنمية، حيث يساعد البحث العلمي على فهم الظواهر الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتعليمية والصحية والثقافية... والتي يجب التعامل معها لمساعدة جميع منظمات المجتمع سواء كانت حكومية أو منظمات الأعمال أو منظمات المجتمع المدني وغيرها في التخطيط لبرامجها وفي اتخاذ القرارات التي تمس عملها وفى مواجهة مشكلاتها...

فعلي سبيل المثال يساعد البحث العلمي المديرين في تحديد وحل مشكلات العمل

اليومية والمشكلات في المدى الطويل، كما يساعدهم في اتخاذ القرارات وتحديد مستقبل المنظمات التي يعملون بها.

إن الاهتمام بالبحث والذي يتجسد في صورة رعاية الباحثين والميزانيات المخصصة يعتبر أحد المؤشرات على تقدم المجتمع. فالبحث العلمي هو حجر الزاوية في كل العلوم والمهن، فعلى أساسه يتم التوصل إلى النظريات والقوانين، وعلى أساسه تتم الممارسة المهنية بشكل سليم وموضوعي.

وقد لاقي البحث العلمي عناية متزايدة في الآونة الأخيرة، باعتباره الأداة التي لا غني عنها في تحسين الأداء في كل مجالات الحياة والعمل، وفي تخطيط وإدارة وتنفيذ وتقويم أي عمل يراد له النجاح ومطلوب له زيادة درجة كفاءته وفاعليته، وفي دراسة وتشخيص جميع ظواهر ومشكلات المجتمع بمختلف أنواعها، بل وفي اقتراح الحلول لها.

وتزداد أهمية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية بزيادة تعقد الحياة، وزيادة مشكلاتها في كل المجالات وعلى كافة المستويات، وزيادة وتنوع وتطور الجريمة في المجتمع... ولعل زيادة هذه المشكلات يرجع إلى عدة أسباب منها: تعقد العلاقات وتفكيك الصلات وتضارب المصالح وصراع الأدوار وتغيير القيم والعادات وضعف الوازع الأخلاقي والديني ونقص الموارد وضعف بعض الخدمات.

هذا ويمكن أن نقول أن البحث العلمي له أهمية كبيرة لأنه يساهم في: الحصول على المعلومات والبيانات المطلوبة، وتقديم التفسير العلمي للظواهر الإنسانية والطبيعية، وتوفير التنبؤ العلمي بها، وتصحيح المعلومات القائمة، والتخطيط للتغلب على مشكلات الطبيعة ومشكلات المجتمع، والمساهمة في حل المشكلات بمختلف أنواعها...

وفي ختام هذا البند يمكن أن نؤكد على أن تقدم أي مجتمع يتوقف على مقدار ما حققه من تقدم في مجال العلم والمعرفة.

عناصر البحث العلمي:

يمكن تحديد عناصر البحث العلمي في الآتي:

1- موضوع البحث **Subject**

وهو إما ظاهرة تحتاج لتفسير أو مشكلة تحتاج إلى حل أو قضية خلافية يكتنفها الغموض تتحدى تفكير الباحث وتدفعه إلى محاولة الكشف عن جوانبها الغامضة وتفسير العوامل المؤدية لها والنتائج المترتبة عليها.

2- هدف البحث **Aim / Goal**

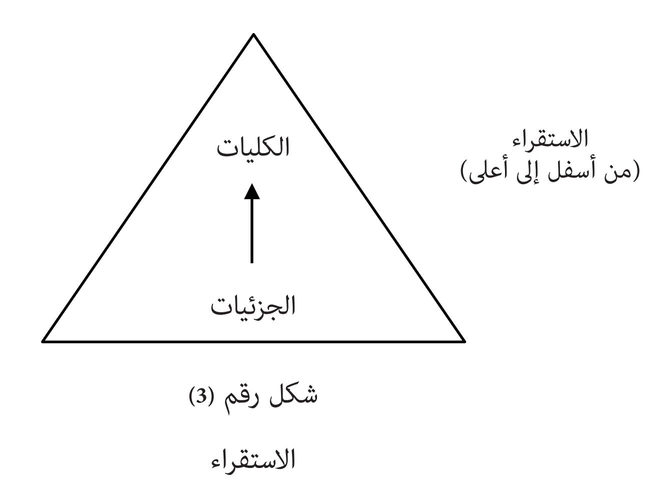
يهدف أي بحث إلى تحقيق أهداف معينة. وبصفة عامة فإن البحث يهدف إلى تحقيق إضافة جديدة إلى هيكل المعرفة القائم حول موضوع البحث. كذلك تساهم البحوث في مراجعة المعارف السابقة في ضوء الاكتشافات الجديدة.

3- منهج البحث **Method /Approach**

يقصد بالمنهج الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة. والمنهج هو مجموعة من القواعد العامة التي يجب الالتزام بها في دراسة أي موضوع. ويعتبر عالم الاجتماع "أوجست كونت "Auguste Conte (1818-1883م) أول من استخدم كلمة المنهجية Methodology، وقصد بها الطرق التي يستخدمها الباحثون في العلوم للوصول إلى الحقيقة.

والمنهج العلمي من صفاته أنه ثابت لا يتغير بتغير الحالات، أو تنوع المشكلات أو اختلاف أهداف القائمين على الدراسة. والبحث العلمي يستلزم استخدام المنهج العلمي في دراسة موضوع البحث وذلك مع مراعاة الموضوعية والتجرد والصدق والنزاهة. وتجنب الأحكام القيمية وتبدأ خطوات المنهج العلمي بطرح الأسئلة أو وضع الفروض التي تحاول تفسير كيفية حدوث الظاهرة موضوع البحث، ثم محاولة الإجابة عن هذه الأسئلة أو التحقق من صدق أو عدم صدق هذه الفروض. وهذا بدوره يقدم لنا الحقائق التي نبحث عنها وتساعدنا في فهم الظاهرة موضوع البحث.

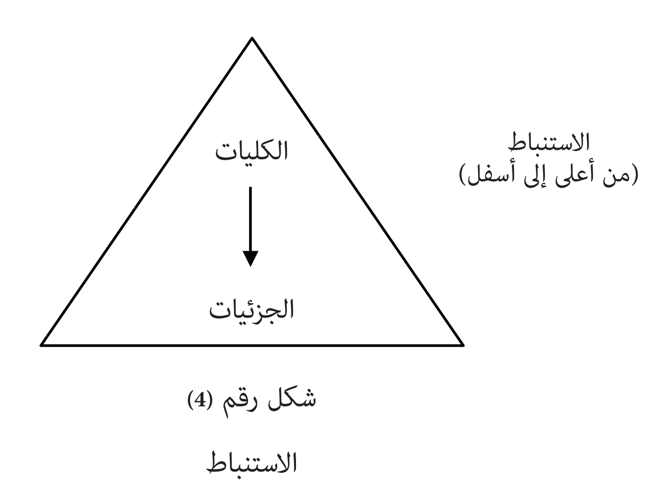
والمنهج العلمي قوامه الاستقراء Induction بمعنى دراسـة الجزئيـات للتوصـل إلى الكليـات أو إلى حكم كلي أي الانتقال من الفروض إلى النظرية. بمعنى الانتقال من الخاص إلى العام.



شكل رقم (3)

الاستقراء

والبحث العلمي أيضاً يمكـن أن يـستفيد مـن الاسـتنباط أو القيـاس Deduction . وهـو يـشير إلى عملية الانتقال من المبادئ العامة إلى الجزئيات أو الأمثلة أو الحالات الخاصة، أي الانتقال من النظريـة إلى الفروض. وبالتالي فإن الاستنباط عكس الاستقراء، حيث الانتقال من العام إلى الخاص.



شكل رقم (4)

الاستنباط

أهداف البحث العلمي:

الهدف النهائي لأي بحث علمي هو تقديم شيء جديد يتمثل في الإضافة العلمية. والإضافات العلمية التي تمت على امتداد مئات السنوات في فروع المعرفة المختلفة هي التي أدت للبشرية للعيش في العصر التكنولوجي الحالي.

فالبحث العلمي وسيلة وليس هدف. فهو وسيلة لتحقيق أهداف عديدة نذكر منها:

-1 الوصف**Descriptive**

ويقصد به رصد وتسجيل ما نلاحظه من الأشياء والوقائع والظواهر، وما ندركه بينها من علاقات متبادلة، وتصنيفها، وتحديد خصائصها. والوصف قد يكون كيفي يعتمد على الألفاظ والكلمات والعبارات...، أو كمي يعتمد على الأرقام والمؤشرات الحسابية والمعادلات الرياضية.

2- الحصول على معرفة جديدة **New Knowledge**

البحث العلمي لا يهدف فقط إلى التحقق من المعرفة القديمة، بل أيضاً إلى توفير معرفة جديدة. فالبحث العلمي هو تساؤل منطقي، ومحاولة للحصول على إجابة لهذا التساؤل باستخدام المنهج العلمي، وناتج البحث العلمي هو المعرفة العلمية. فالبحث العلمي أحد أهدافه اكتشاف الحقائق المجهولة والتعرف على المشكلات والأمراض والتحديات التي تواجه المجتمع وتحليلها، ولمواجهتها في الحاضر، وتقديم مقترحات للوقاية منها في المستقبل.

3- التفسير **Interpretation**

ويقصد به الكشف عن كيفية حدوث الظاهرة وأسباب وقوعها والنتائج المترتبة عليها. وأساس التفسير هو مبدأ العلية، الذي يربط بين الأسباب والنتائج. وينطوي على اختيار الباحث لأكثر التفسيرات احتمالاً من بين التفسيرات الممكنة. ويعتمد التفسير على العقل بدرجة أكبر من الوصف، الذي يعتمد أساساً على الحواس والملاحظة.

إن الهدف الأساسي من عملية الوصف والحصول على معرفة جديدة والتفسير هو تحقيق الفهم Understanding للظاهرة أو للمشكلة موضوع الدراسة والبحث بمعنى كيف حدثت الظاهرة أو المشكلة، ماضي الظاهرة أو المشكلة، العوامل المسببة للظاهرة أو المشكلة، النتائج المترتبة على ظهورها...

4- التنبؤ **Prediction**

يقصد به القدرة عند وجود معطيات عن قيم أحد المتغيرات البحثية - على حساب أو تخمين قيم متغير آخر تربطه بالمتغير الأول علاقة ارتباط، وذلك باستخدام أساليب القياس الدقيقة.بمعنى أن التنبؤ هو القدرة على معرفة نتائج التغيير مسبقاً، أو هو توقع النتائج والأحداث قبل وقوعها، أو تقدير الاحتمالات المتوقعة لها.

فعلى سبيل المثال يمكن التنبؤ بمعدلات الجريمة لأحد المجتمعات في عام 2025، إذا عرفنا معدلات الجريمة لسنوات عديدة ماضية، ومعدل الجريمة الحالي، ونسبة زيادة الجريمة ومتوسط هذه الزيادة. وبصفة عامة فإن درجة دقة التنبؤ ترتبط بدرجة فهم الظاهرة أو المشكلة، فكلما زاد الفهم زادت القدرة على التنبؤ، أي أن العلاقة طردية.

5- إيجاد حلول للمشكلات **Problem Solving**

يهدف البحث العلمي إلى تسهيل حياة الإنسان وتحسين مستوى معيشته، ويمكن تحديد ذلك بعدة طرق منها:

أ- توصل البحث العلمي إلى معارف ومعلومات تساعد الإنسان على اختراع آلات وأجهزة مثل: (التليفون، الراديو، التليفزيون، السيارة، الثلاجة، الفاكس، الحاسب الآلي...) تخدم الإنسان وتزيد من رفاهيته.

ب- توصل البحث العلمي إلى معارف ومعلومات تساعد الإنسان على حل مشكلاته الاجتماعية والاقتصادية والأمنية والسياسية، بل والوقاية منها... مثل: مشكلة زيادة الجريمة في المدينة، مشكلة قلة المياه وقلة الرقعة الزراعية، مشكلة قلة أو زيادة عدد السكان، مشكلة ضعف المشاركة الشعبية والسياسية...

مراجع الفصل

أولا: المراجع العربية

1- زينب الأشوح: **طرق وأساليب البحث العلمي** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2014).

2- طلعت مصطفي السروجي: البحث في الخدمة الاجتماعية (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان،2000).

3- على عبدالمعطي محمد ومحمد السرياقوسي: **أساليب البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح، 1988).

4- على عسكر وآخرون: **مقدمة في البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح، 1992).

5- محمد صادق إسماعيل: **البحث العلمي بين الواقع والمأمول** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2016).

6- محمد عاطف غيث وآخرون: **قاموس علم الاجتماع** (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1979).

7- محمد على محمد: **علم الاجتماع والمنهج العلمي** (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ط 2، 1981).

8- محمد عويس: **البحث العلمي وممارسة الخدمة الاجتماعية** (القاهرة: دار النهضة العربية، 1997).

9- مدحت محمد أبو النصر: **قواعد ومراحل البحث العلمي** (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2004).

ثانيا: المراجع الأجنبية

1- David Dooley: **Social Research Methods** (N.Y.: Prentice Hall, Inc., 1984).

2- Donald Ary: **introduction to research in education** (N. Y.: Holt Rinehart and Winston, 1999).

3- Fred Kerlinger: **Foundation of Behavioral Research** (N. Y.: Holt Rinehart and Winston, 1993).

4- Goerge Zito: **Methodology and Meaning** (N.Y.: Holt, Pinehart & Winston, 1975). Grey Denham: Knowledge Management and Information (N.Y.: Free Press, 2015).

الفصل الثالث

قيم وأخلاقيات ومراحل البحث العلمي

ويشتمل على النقاط التالية:

- قيم وأخلاقيات البحث العلمي
- نموذج من أخلاقيات وقيم البحث العلمي
- صفات الباحث العلمي
- مهارات الباحث العلمي

الفصل الثالث

قيم وأخلاقيات ومراحل البحث العلمي

قيم وأخلاقيات البحث العلمي:

هناك عدد من القيم Values والأخلاقيات Ethices التي يجب على الباحث الالتزام بها، نذكر منها:

1- الأمانة في كتابة مراجع البحث.

2- احترام حقوق الملكية الفكرية.

3- الأمانة في رصد البحوث والدراسات السابقة.

4- الأمانة في إجراء اختبارات الصدق والثبات لأدوات جمع البيانات.

5- الأمانة في تحديد حجم العينة المناسب لموضوع البحث.

6- الأمانة في جمع البيانات بالفعل من الميدان.

7- الأمانة في تطبيق التجربة أو تطبيق برنامج التدخل المهني بالفعل.

8- سرية البيانات التي يتم الحصول عليها بواسطة الباحث.

9- الصدق في القول والكتابة والفعل لكل ما يتعلق بالبحث.

10- عدم تزييف الحقائق والنتائج.

11- الموضوعية وعدم التحيز وعدم التمييز لأي سبب من الأسباب.

12- الحرص الشديد والكامل على عدم حدوث أي ضرر ولو بسيط للمبحوثين نتيجة مشاركتهم في البحث.

13- احترام الباحث للمبحوثين ولدياناتهم وثقافاتهم ولونهم ولأصولهم وجنسياتهم ومستواهم الاقتصادي والاجتماعي والتعليمي...

14- احترام الباحث للمشرف أو للمشرفين على بحثه، والتزامه الصراحة معهم في كل خطوات بحثه، واللجوء إليهم في جميع مراحل وخطوات البحث، أو عند ظهور مشكلات تعوق العملية البحثية، واستشارتهم والاسترشاد بعلمهم وخبراتهم ومؤلفاتهم المرتبطة بموضوع بحثه...

15- احترام الباحث لجميع العاملين بالمكتبات.

16- المحافظة على الكتب والمراجع بالمكتبات والتعامل معها بشكل حضاري عند القراءة والتصوير والاستعارة...

على الباحث العلمي أن يتحلي بمجموعة من الأخلاقيات Ethices عند قيامه بأي بحث علمي، من هذه الأخلاقيات، نذكر:

1- احترام قيمة وكرامة المبحوثين.

2- احترام ثقافة وديانة المبحوثين وعدم جرح شعورهم.

3- ضرورة الحصول على الموافقات الرسمية من الجهات الرسمية قبل جمع البيانات.

4- الحفاظ على الخصوصية في حياة المبحوثين.

5- الحق في أن يبقى المبحوث مجهول وذلك من خلال عدم كتابة الأسماء في استمارات.

6- الحفاظ على سرية البيانات والمعلومات التي تم الحصول عليها.

7- استخدام البيانات والمعلومات في أغراض البحث العلم فقط.

8- تجنب حدوث أي ضرر للمبحوثين نتيجة اشتراكهم في البحث.

9- ضرورة الحصول على موافقة المبحوثين للاشتراك في البحث.

10- احترام رغبة أي مبحوث بعدم الاستمرار في الدراسة في أي وقت.

11- ضرورة احترام حق المبحوثين في الاطلاع على نتائج البحث بعد انتهائه.

نماذج من قيم وأخلاقيات البحث العلمي:

إن مهنة البحث العلمي كأي مهنة لها قواعدها وقيمها وأخلاقياتها التي يجب التمسك بها والالتـزام بها لحماية حقوق الأطراف المختلفة من باحثين ومبحـوثين وجهـات بحثيـة وجهـات مبحوثـة وجهـات مستفيدة...، الأمر الذي يساعد على الرقى بهذه المهنة ويحسن من ممارساتها ونتائجها.

وفي هـذا الجـزء سـيتم عـرض دسـتور أخلاقـي أو ميثـاق شرف Code of Ethics الجمعيـة الأمريكيـة لبحوث الرأي العام كنموذج على أحد المؤسسات البحثية والمهنية التي وضعت لنفسها ولباحثيها لـوائح أو نظم تحدد الأخلاقيات والقيم التي يجب الالتزام بها والاحتكـام إليهـا إذا انحـرف أحـد البـاحثين عـن المـستويات والمعـايير المرغوبـة المتـضمنة في هـذا الميثـاق. كـذلك سـيتم عـرض ميثـاق شرف أو الدسـتور الأخلاقي لممارسة البحث العلمي والذي وضعه كل من تول وهوكينز عام 1987 (Tull & Hawkins:1987) وقام بترجمته عادل ريان (2012).

ميثاق شرف الجمعية الأمريكية لبحوث الرأي العام:

وضعت هذه الجمعية ميثاق شرف لها في عـام 1977م بهـدف وضـع إطـار أخلاقـي وقيمـي لنفـسها ولأعضائها عند إجراء أي بحث أو دراسة على الرأي العام في المجتمع الأمريكي ويمكن تحديد أهم بنـود هذا الميثاق كالتالي:

1- على جميع الأعضاء المحافظة على سرية البيانات والمعلومات التي تم الحصول عليها من البحوث التي يقومون بها.

2- إعطاء كل الرعاية والاهتمام والجدية عند جمع البيانات وتحليلها.

3- على جميع الأعضاء التزام الدقة في جميع مراحل البحث.

4- على جميع الأعضاء تفسير البيانات في ضوء ما تقدمه من حقائق.

5- على جميع الأعضاء التزام النواحي العلمية والموضوعية والدقة وتقديم التفاصيل وتحديد المصادر عند كتابة تقارير البحوث التي يقدمونها.

ميثاق شرف أو الدستور الأخلاقي لممارسة البحث العلمي:

يرى كل من تول وهوكينز عام 1987 (Tull & Hawkins: 1987)في كتابهما عن بحوث التسويق: القياس والمنهج، أن المجالات التي تشملها أخلاقيات البحث العلمي يجب أن تشمل خمس فئات هي كالتالي: العامة أو الجمهور، والمبحوثين، والعميل (المؤسسة/ الجهة المستفيدة من البحث)، والباحثين، ومهنة البحث ذاتها (انظر: عادل ريان: 2012). والجزء التالي سيقوم بعرض هذه الفئات بالتفصيل:

1- الجوانب الأخلاقية المتعلقة بحماية الجمهور:

وتشمل هذه الجوانب عدم التغرير بالعامة أو الجمهور أو ما يسمونهم بالطرف الثالث البريء، وهؤلاء لا يكونون طرفا في البحث لكن النتائج التي تظهرها هذه البحوث والتي قد تكون مضللة ربما تضر بهؤلاء العامة، فالتقارير المزيفة أو غير الحقيقة التي تعدها جهات معينة لتبرير نتائج معينة أو تصرفات معينة لإحدى المنظمات تعتبر عملا غير مشروع وغير أخلاقي أيضا.

ومن أمثلة الجوانب غير الأخلاقية في البحوث العلمية فيما يتعلق بالجمهور التقارير غير الكاملة والمضللة التي تخفى حقائق معينة قد تضر بالمؤسسة صاحبة البحث تعتبر عملا غير أخلاقي من جانب الجهة التي أعدت البحث، ويدخل في هذا الإطار إعداد التقارير أو نتائج البحث بشكل معين واستخدامها في الدعاية للمنظمة أو الجهة الممولة للبحث.

2- الجوانب الأخلاقية المتعلقة بالمبحوثين:

وتشمل هذه الجوانب ترويج أفكار معينة أو بيع السلعة للمبحوثين أثناء إجراء البحث العلمي واقتحام خصوصية المبحوثين مثل استخدام بياناتهم الشخصية دون إذن منهم، أو إخفاء أهداف البحث عنهم وعدم إعطائهم المعلومات الكافية عن البحث وأهدافه.

ويدخل في هذا الإطار ما يسمى بسوء استخدام المبحوثين Abuse of Respondents، بمعنى تكرار استقصائهم مرات عديدة وإجراء مقابلات طويلة ومملة معهم وأحيانا استغلال المبحوث في إجباره على المشاركة في الدراسة.

3- الجوانب الأخلاقية المتعلقة بحماية العميل (الجهة المستفيدة من البحث):

وتشمل هذه الجوانب عدة أخطاء ترتكب في حق العميل مثل:

- استغلال عدم خبرة المديرين أو المسئولين بالمؤسسات وعدم درايتهم بالأمور المتعلقة بالبحث وإقناعهم بضرورة إجراء دراسة أو بحث علمي قد لا تكون هناك حاجة إليه بالمرة.
- عدم أمانة الجهة التي تجرى البحث أو الدراسة في تقديم معلومات أو بيانات صحيحة عن إمكانياتها وباحثيها وإمكانيتهم.
- تسريب بيانات المؤسسة أو معلومات عنها لجهات أخرى.
- استغلال نتائج البحث الميداني الذي أجرى لجهة معينة في استخدامات أخرى أو في أبحاث أخرى.
- تقديم نتائج وبيانات مضللة أو غير حقيقية في تقرير البحث للجهة المستفيدة.
- استخدام مصطلحات فنية معقدة أو لغة بحثية لا يفهمها المستفيدون من البحث.
- استخدام أساليب تحليل مقعدة لا تتناسب مع المستفيدين وخلفياتهم العلمية بدون داع.
- تقديم تقارير غير كاملة للجهة المستفيدة من البحث.
- الفشل في تقديم تقرير متكامل ومعد بطريقة جيدة.

4- الجوانب الأخلاقية المتعلقة بحماية الجهة المنفذة (التي تعد البحث):

إذا كانت للعميل أو المستفيدين من البحث العلمي حقوق لا يجب إهمالها أو التغاضي عنها فإن للجهة المنفذة للبحث حقوقا كذلك، ويلاحظ أن بعض المستفيدين (العملاء) يرتكبون مخالفات أخلاقية ضد الجهات المنفذة للبحث ومن أمثلتها:

- استخدام المشروعات البحثية التي تعدها الجهة المنفذة للبحث وإعطائها للآخرين مجانا وهذا يضر بمصلحة الجهة المنفذة للبحث.
- الإفصاح عن الأساليب البحثية التي استخدمتها الجهة المنفذة وإعطائها للآخرين

(المؤسسات الأخرى) دون علم الجهة المنفذة ويدخل في ذلك تسريب بعض البيانات والإحصاءات ذات الاستخدام العام مثل الرقم القياسي للمستهلكين، المنفق على بعض السلع في البلاد، تكاليف الحملات الإعلانية لبعض المؤسسات وغيرها.

- الزج باسم الجهة المنفذة للبحث في الإعلانات لترويج أفكار أو سلع أو خدمات يقدمها العميل (المؤسسة المستخدمة للبحث).

5- الجوانب الأخلاقية المتعلقة بحماية مهنة البحث:

إن الأهمية التي تحتلها البحوث العلمية والآثار المترتبة عليها تدعو إلى الحفاظ على هذه المهنة وما خلفته من ممارسات ومبادئ وقواعد للعمل، ويدخل في هذا الإطار ما يلي:

- استخدام الإجراءات المتعارف عليها عند القيام بالبحوث وهي الإجراءات التي تلقى قبولا بين الممارسين والباحثين وتواتر العرف على قبولها، ويدخل في هذا الإطار التأكيد على أن البحث العلمي يساعد الإدارة في اتخاذ القرار ومن ثم يجب أن يقدم البحث العلمي معلومات مفيدة لمتخذ القرار ويضئ أمامه الطريق لحل المشاكل ومعنى ذلك أن يتم إعداد البحوث العلمية بشكل يتوافق مع الإجراءات المتعارف عليها أي إعدادها بشكل علمي سليم وتقديم نتائجها بشكل أمين.

- استخدام أساليب البحث العلمي بشكل سليم، ففضلا عن استخدام الإجراءات السليمة والمتعارف عليها يجب أن تستخدم هذه الإجراءات بشكل سليم أيضاً، أي تستخدم هذه الإجراءات في إعداد البحوث المفيدة ولا تستخدم في تضليل الرأي العام ومثال ذلك استخدام البحوث العلمية في حملات الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة لإقناع الناخبين ببرامج المرشحين للرئاسة والتي يعتبرها البعض استخداما سيئا للبحوث (Tull & Hawkins: 1987) ومثال ذلك أن استطلاعات الرأي العام حول المرشحين قد تؤثر على نتائج الانتخابات وتوجهها في صالح مرشح معين (انظر: عادل ريان: 2012).

صفات الباحث العلمي

على الباحث العلمي أن يتحلي بمجموعة من الصفات Traits الإيجابية عند قيامه بأي بحث علمي، من هذه الصفات، نذكر:

1- **حب الاستطلاع:** على الباحث أن يكون لديه الرغبة في الاستطلاع والكشف عن الأمور الغامضة والبحث عن إجابات وتفسيرات مقبولة لتساؤلاته.

2- **التفتح العقلي:** تحرر العقل من الجمود وتقبل آراء الآخرين.

3- **حب المعرفة والقراءة:** فالباحث الأصيل هو الذي يحب المعرفة والقراءة، وكذلك يحب تقديم الأسئلة والحصول على الإجابات...

4- **الموضوعية:** لابد أن يتصف بالحياد العلمي وعدم التحيز وعدم الذاتية.

5- **الأمانة:** لابد من الالتزام بالأمانة في جميع مراحل وخطوات وعمليات وبيانات البحث.

6- **التشكك العلمي:** يجب عدم قبول الشيء إلا بعد التساؤل عن مدى صحته ومعرفة الأدلة الدالة عليه.

7- **الدقة:** يجب التزام بالدقة والوضوح وعدم الإهمال والتشويه.

8- **الصبر:** هو التروي والتأني.

9- **التواضع:** على الباحث أن يكون متواضعا بصفة عامة مع كل من يتعامل معهم (مثل: المشروفون والمبحوثون وأخصائيو المكتبات والعاملون في مراكز البحوث والمعلومات...).

مهارات الباحث العلمي:

المهارة Skill هي أنماط متعلمة من التفاعل الناجح مع البيئة، تحقق الفرد ما يهدف إليه، وهي القدرة على القيام بالأعمال المطلوبة من الفرد بسهولة ودقة.ومن تعريفات مصطلح المهارة، يعرف محمد عاطف غيث وزملاؤه المهارة بأنها تنظيم معقد للسلوك (الفيزيقي أو اللفظي) تطور من خلال عملية التعلم، واتجه نحو هدف معين أو تركز على نشاط محدد.

ويشرح ميشيل مان Michael Mann المهارة بأنها مزيج من المعرفة والخبرة المكتسبة من الأفعال أو الأنشطة، بجانب القدرة الذهنية على تطبيق هذه الأفعال أو الأنشطة بفعالية وبراعة.

ويرى روجر إلس Roger Ellis أن المهارة هي القدرة على الاستجابة بمرونة للظروف من أجل تحقيق الأهداف المبتغاة بأقصى كفاية ممكنة. ويشير جوردون ويلز Gordon Walles إلى أن المهارة هي القدرة على تقييم المواقف والتأثير على سلوك الآخرين.

وفي ضوء ما سبق يمكن تعريف المهارة بأنها القدرة على إنجاز المهمة المطلوبة بإتقان، وفي الوقت المحدد، مع وجود الرغبة لدى الشخص لتحقيق ذلك. بمعنى أن المهارة هي نشاط هادف يؤديه الإنسان بإتقان وسرعة ورغبة.

ويمكن وضع هذا التعريف في شكل المعادلة التالية:

المهارة = الرغبة (الاستعداد) + المعرفة + القدرة + السرعة.

وهناك أساليب ووسائل عديدة يمكن من خلالها اكتساب المهارات وتحسينها، نذكر أهمها في التالي:

1- التعليم Education
2- التعلم Learning
3- التدريب (التدريب الميداني والبرامج التدريبية) Training Programs
4- القراءة Reading
5- الممارسة (خبرات العمل) Practice

هذا ويمكن تحديد مراحل اكتساب المهارات كالتالي:

1- مرحلة القراءة والدراسة والمعرفة.
2- مرحلة الفهم.
3- مرحلة التدريب على ممارسة المهارة.
4- مرحلة التكرار بهدف التثبيت للمهارة.
5- مرحلة الممارسة تحت إشراف مهني.

وعلى الباحث العلمي أن يكتسب مجموعة كبيرة من المهارات التي تؤهله أن يمارس عملية البحث العلمي، من هذه المهارات نذكر:

1- مهارة الملاحظة.
2- مهارة القراءة الهادفة.
3- مهارة التفكير التحليلي.
4- مهارة التفكير النقدي.
5- مهارة اللغة العربية.
6- مهارة لغة أجنبية وخاصة الإنجليزية.
7- مهارة الترجمة المهنية السليمة.
8- مهارة استخدام الحاسب الآلي.
9- مهارة استخدام برنامج SPSSX.
10- مهارة الاستفادة من شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت).
11- مهارة الكتابة العلمية التي تتصف بالموضوعية والدقة والوضوح.
12- مهارة الإنصات للآخرين.
13- مهارة الاتصال الفعال مع المشرف أو المشرفين ومع المبحوثين والمسئولين وعن العاملين بالمكتبات ومراكز البحوث.
14- مهارة الإقناع عند التعامل مع الآخرين.

مراجع الفصل

أولا: المراجع العربية

1- أبو السعود إبراهيم: **"التوثيق والبحوث العلمية"**، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي للدراسات الإعلامية، العدد 65، أكتوبر - ديسمبر 1991.

2- زينب الأشوح: **طرق وأساليب البحث العلمي** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2014).

3- عادل الريان: **مناهج وأخلاقيات البحث العلمي** (القاهرة: برنامج اليونسيف للتنمية، 2012).

4- عبدالباسط عبدالمعطي وغريب سيد أحمد: **البحث الاجتماعي** (الإسكندرية: دار المعارف الجامعية، 1974).

5- عبدالباسط محمد حسن: **أصول البحث العلمي** (القاهرة: مكتبة وهبة، ط 8، 1982).

6- عبدالفتاح مراد: **موسوعة البحث العلمي وإعداد الرسائل والأبحاث والمؤلفات** (الإسكندرية: المؤلف، 1994).

7- على عسكر وآخرون: **مقدمة في البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح،1992).

8- على معمر عبد المؤمن: **البحث في العلوم الاجتماعية** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2008).

9- محمد صادق إسماعيل: **البحث العلمي بين الواقع والمأمول** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2016).

10- محمد عاطف غيث وآخرون: **قاموس علم الاجتماع** (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1979).

11- مدحت محمد أبو النصر: **قواعد ومراحل البحث العلمي** (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2004).

12- ميشيل مان: **موسوعة العلوم الاجتماعية**، ترجمة عادل مختار الهواري وسعد عبدالعزيز مصلوح (الكويت: مكتبة الفلاح، 1994).

ثانيا: المراجع الأجنبية

1- Black & J. Champion: **Methods and Issues in Social Research** (N.Y.: John Willey & Sons, 1976).

2- D. Tull. & D. Hawkins: **Marketing Research , Measerment and Method** (N.Y. : Macmillan Publishing Co., 4th. ed. , 1987).

3- D.J. Casley & D.A. Lury: **Data Collection in Developing Countries** (Oxford: Oxford Univ. Press, 1982).

4- David Dooley: **Social Research Methods** (N.Y. : Prentice Hall, Inc., 1984).

5- Donald Ary: **introduction to research in education** (N. Y.: Holt Rinehart and Winston , 1999).

6- Fred Kerlinger: **Foundation of Behavioral Research** (N. Y.: Holt Rinehart and Winston , 1993).

7- Goerge Zito: **Methodology and Meaning** (N.Y.: Holt, Pinehart & Winston, 1975).

8- Ken Browne: **An Introdution to Sociology** (Cambridge : Polity Press,1992).

9- Louise Johnson: **Social Work Pracitce** (Boston : Allys & Bacon, Inc. 1992) .

10- Martin B. Loeb: "The Backdrop for Social Research", in Leonard S. Kogan (edr.) **Social Science Theory and Social Work Research** (N.Y. : NASW, 1960).

11- Medhat Abo El Nasr: "Towards a Written Code of Ethics for Social Work Professionals in Egypt", Social **& Crimenal Studies Journal**, Giza, Vol.13,No.1 1993 .

12- Ralph M. Stair: **Principles of Information systems, A managerial Approach** (Boston : Boyd & Fraser, 1992).

13- **The Code of Ethics of Members of the American Association for Public Opinion Research** (U.S.A : A.A.P.O.R. 1977) .

14- W.T. Singleton (edr.): **Social Skills** (Lancaster: MTP Press Ltd., 1983).

15- Gay, L. R. and Diehl, P. (1992) Research Methods for Business and Management, NY, Macmillan Publishing Co.

الفصل الرابع

ماهية البحث في الخدمة الاجتماعية

ويشتمل على النقاط التالية:

- تعريف البحث في الخدمة الاجتماعية
- أهداف ووظائف البحث في الخدمة الاجتماعية
- تحديات تواجه عملية تطبيق البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية بصفة عامة وفي مهنة الخدمة الاجتماعية بصفة خاصة
- القواعد العلمية التي تمكن الباحثين من دراسة الظواهر الاجتماعية وبحثها بواسطة البحث العلمي
- معوقات ومشكلات البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية بصفة عامة وفي مهنة الخدمة الاجتماعية بصفة خاصة

الفصل الرابع

ماهية البحث في الخدمة الاجتماعية

مقدمــة:

البحث العلمي Scientific Research كما تم تعريفه مـن قبـل هـو نـشاط أو جهـد إنـساني مـنظم لظاهرة مهنية باستخدام المنهج العلمي للحصول على حقائق جديدة قابلة للنقل والتواصل والاختبار...

البحث الاجتماعي Social Researchهو عبارة عن تفسير الظواهر الاجتماعية التي لم يتم تفـسيرها بعد،وتوضيح المشكوك فيها وتصحيح الحقائق المتعلقة بالحياة الاجتماعية.

ومن تعريفات البحث الاجتماعي بأنه تلك العمليـات العمديـة المخططـة التـي يؤديهـا الباحـث الاجتماعي المؤهل نظريا وبحثيا لتكشف الجوانب المختلفة للقضايا العلمية الاجتماعية مكتبيا أو حقليـا أو معمليا لتحقيق أغراض علمية بحتة أو أهداف تطبيقية والتي ينتج عنها مادة علمية قـد تـدعم فكـره بالوصف والتحليل المقارن أو للتحقق من وجود علاقات بين الحقـائق الاجتماعيـة وتـتم تلـك العمليـات المنضبطة في إطار تحكم النظرية العلمية في جميع خطوات البحث منذ بداية التفكير فيه وحتى مرحلته الأخيرة عند كتابة التقرير النهائي حيث يجب تكامل نتائج البحث في الإطار النظري الذي بدأ به البحث العلمي لاختبار قدرتها التفسيرية من حيث هي عامة أو محدودة (انظر: عادل ريان: 2012).

والبحث الاجتماعي هو مسئولية الباحث الاجتماعي Social Reseacher وهو المتخصص في علم الاجتماع Sociology، وبالتالي فـإن البحـث الاجتماعـي يهـتم بدراسـة موضـوعات علـم الاجـتماع (مثـل: الظـواهر الاجتماعية والمشكلات الاجتماعية والأنساق الاجتماعية...).

أما البحث في الخدمة الاجتماعية Social Work Research كإحدى الطرق المعاونة أو المساعدة للطرق الرئيسية في مهنة الخدمة الاجتماعية، فهي طريقة تهتم بإجراء البحوث العلمية في ميدان الخدمة الاجتماعية والرعاية الاجتماعية، وتتبع المنهج العلمي في إجراء هذه البحوث وذلك للحصول على نتائج تفيد في تحسين الممارسة المهنية للخدمة الاجتماعية في مختلف المجالات والميادين التي يعمل بها الأخصائيون الاجتماعيون، أيضا للتوصل إلى معرفة جديدة تدعم البناء المعرفي في الخدمة الاجتماعية.

بينما البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية Research in Social and Human Sciences فهو تطبيق البحث العلمي على موضوعات العلوم الاجتماعية والإنسانية. ومن أمثلة هذه العلوم: علم الاجتماع وعلم النفس وعلم الإدارة وعلم الاقتصاد وعلم الإحصاء وعلم السياسة... وبالتالي فإنه يمكن أن نقول بأن البحث الاجتماعي هو فرع من فروع البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية. أيضا البحث في الخدمة الاجتماعية هو فرع من فروع البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية.

تعريف البحث في الخدمة الاجتماعية:

التعريفات الأجنبية:

1- **تعريف ماري ريتشموند** (1919) Mary richmind: البحث في الخدمة الاجتماعية هو تطبيق الطريقة العلمية في جمع الحقائق الموضوعية عن العلماء كأساس في عملية التشخيص وتحقيق الإصلاح الاجتماعي.

2- **تعريف ماري ماكدونالد** (1965) Mary Macdonald: البحث في الخدمة الاجتماعية هو تطبيق الطريقة العلمية لتطوير البناء المعرفي للخدمة الاجتماعية والذي يمكن الاعتماد عليه لخدمة أهداف ووسائل الخدمة الاجتماعية.

3- **تعريف سدني زمبالست (1977) Zimbalist Sideny E:** بحوث الخدمة الاجتماعية هي تلك البحوث التي تهدف إلى تحصيل معارف علمية يمكن استخدامها في تخطيط وتنفيذ برامج الخدمة الاجتماعية.

التعريفات العربية:

1- **تعريف عبدالعزيز مختار** (1992): البحث في الخدمة الاجتماعية هو تلك الجهود المنظمة التي تستهدف السعي وراء الحصول على بيانات ومعلومات كافية ودقيقة بمشكلة الإنسان في صورته كفرد أو كعضو في جماعة أو كمواطن في مجتمع، وذلك باستخدام الأسلوب العلمي بقصد بناء وتنمية الإطار المعرفي النظري وتطوير وتحسين الارتقاء بأساليب الممارسات المهنية، بما يسهم في استخدام هذه البيانات والمعلومات في صنع قرارات تخطيطية، من أجل تحقيق حياة أفضل وزيادة معدل رفاهية الإنسان بإشباع أقصى قدر ممكن من حاجاته ومساعدته على مواجهة مشكلاته.

2- **تعريف عبدالحليم رضا** (1993): البحث في الخدمة الاجتماعية هو استخدام المنهج العلمي للتوصل إلى نتائج تفيد في إثراء القاعدة العلمية لمهنة الخدمة الاجتماعية، ولتنمية إمكانياتها التقنية كي تصبح أكثر مقدرة على تحقيق أهدافها.

3- **تعريف طلعت مصطفى السروجي** (2000): البحث في الخدمة الاجتماعية هو جهد منظم ومنسق وموجه بغرض التوصل إلى حلول للمشكلات الاجتماعية المتعلقة بعملاء مهنة الخدمة الاجتماعية سواء كانوا أفراد أو جماعات أو منظمات أو مجتمعات، وذلك بالاستقصاء المنظم واستخدام خطوات وإجراءات المنهج العلمي.

4- **تعريف ماهر أبو المعاطي**(2007): البحث في الخدمة الاجتماعية هو استخدام وتطبيق المنهج العلمي من جانب الأكاديميين والممارسين، بما يتضمنه ذلك المنهج من قواعد وخطوات للتفكير العلمي المنطقي والأسس التي تشكل طريق الباحث العلمي على أسس من الملاحظة والتجريب والاستنباط وللوصول إلى تعميمات علمية أو قواعد جزئية تمهد لظهور النظرية الكلية المفسرة للظواهر التي يتعامل معها المتخصصون في مهنة الخدمة الاجتماعية.

أهداف ووظائف البحث في الخدمة الاجتماعية:

هذا ويمكن تعريف البحث في الخدمة الاجتماعية بأنه تطبيق قواعد ومراحل البحث العلمي، على موضوعات تخص مهنة الخدمة الاجتماعية، وذلك بهدف تحسين الممارسة المهنية وبناء وتطوير البناء المعرفي في هذه المهنة.

هذا، ومن ضمن مهام ومسئوليات الأخصائي في أي مجال للقيام ببعض البحث التي يرى أن نتائجها سوف تساعده في عمله، وفي فهمه للعملاء الذين يعمل معهم، في فهمه لطبيعة مشكلاتهم، وفي وضعه للبرامج والخطط المطلوبة منه وفي تقويم العملاء والبرامج بل والمؤسسة التي يعمل بها.

فعلى سبيل المثال أن الأخصائي الاجتماعي الذي يعمل في ميدان الدفاع الاجتماعي يقوم بإجراء بعض البحث العلمية التي تساعده على فهم حاجات ومشكلات فئات الدفاع الاجتماعي، ولتقويم البرامج والخدمات التي تقدم لهذه الفئات، وللمؤسسات الحكومية والجمعيات الأهلية التي تقوم على رعايتهم وتأهيلهم، بالإضافة إلى أن هذه البحوث تفيد في عملية وضع خطط وبرامج العلم المناسبة لهذه الفئات من أجل مساعدتهم على إشباع احتياجاتهم وحل مشكلاتهم.

تحديات تواجه عملية تطبيق البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية بصفة عامة والبحث في الخدمة الاجتماعية بصفة خاصة:

لقد عارض بعض العلماء والفلاسفة استخدام مناهج البحث العلمي المعروفة في مجالات العلوم الاجتماعية والسلوكية وذلك لعدم موضوعية الظواهر والعلاقات التي تحكمها وتنظمها وتدرسها العلوم الاجتماعية، حيث تختلف هذه العلوم في خصائصها عن العلوم الطبيعية، إذ تتميز العلوم الاجتماعية والسلوكية بمجموعة من الخصائص نذكر منها:

1- عدم دقة المصطلحات والمفاهيم في العلوم الاجتماعية، حيث تتصف هذه المصطلحات والمفاهيم بالمرونة والمطاطية الشديدة، وهذا عكس العلوم الطبيعية إذ تتميز مصطلحاتها بالجمود والصلابة، وهي بالتالي تتميز بالدقة والوضوح.

2- تعقد المواقف والظواهر الاجتماعية والسلوكية وتشابكها، ومثال ذلك العوامل الجغرافية والاقتصادية والسياسية والثقافية والحضارية والبيولوجية، وهذا يؤدي إلى صعوبة عزل الظاهرة وفصل أجزائها من أجل دراستها دراسة علمية موضوعية.

3- صعوبة الوصول إلى قوانين اجتماعية ثابتة وواضحة نظرا لشدة تغير الظواهر الاجتماعية المستمرة.

4- صعوبة حذف العامل النفسي الذاتي في الدراسات الاجتماعية، إذ يكون الباحث أو الدارس لظاهرة ما الحكم والخصم في ذات القضية وفي ذات الوقت.

إلا أن علماء الاجتماع والعلوم السلوكية، أثبتوا وبرهنوا علميا على علمية العلوم الاجتماعية مع اعترافهم بهذه الصعوبات والعراقيل، ووضعوا العديد من القواعد العلمية التي يمكن بواسطتها التغلب على الصعوبات السابقة.

القواعد العلمية التي تمكن الباحثين من دراسة الظواهر الاجتماعية وبحثها بواسطة البحث العلمي:

يعتبر إميل دوركايم من أبرز العلماء والذين دافعوا عن علمية العلوم الاجتماعية وبرهنوا علميا عن إمكانية بحث ودراسة الظواهر الاجتماعية دراسة علمية بواسطة مناهج البحث العلمي وذلك في كتابه: قواعد المنهج في علم الاجتماع، إذ حدد مجموعة من القواعد العلمية التي تمكن الباحثين من دراسة الظواهر الاجتماعية وبحثها بواسطة البحث العلمي ومن هذه القواعد نذكر:

1- ضرورة دراسة الظواهر الاجتماعية على أساس أنها أشياء مثل بقية الظواهر الطبيعية.

2- استبعاد العوامل النفسية الذاتية الفردية عند تفسير الظواهر الاجتماعية، والتزام الموضوعية في هذا الشأن.

3- استبعاد وتفسير الظواهر الاجتماعية على أساس المنفعة الشخصية.

4- اكتشاف السبب في وجود الظاهرة الاجتماعية في الظواهر الاجتماعية الأخرى.

5- اكتشاف الوظيفة التي تحققها وتؤديها الظاهرة الاجتماعية عن طريق ربط كل ظاهرة اجتماعية بالبيئة المحيطة بها.

6- البحث عن المصدر الأصيل والأساسي لكل تطور هام عن طريق دراسة تركيب البيئة الاجتماعية.

وقد طبق إميل دوركايم مناهج البحث العلمي في كتابه: تقسيم العمل الاجتماعي، وكذلك في مؤلفه الانتحار حيث استخرج العديد من النتائج والقوانين الاجتماعية، ولقد وجدت العديد من المحاولات مماثلة في كافة العلوم الاجتماعية، التي تعتبر ميدان أصيل وأساسي لاستعمال وتطبيق مناهج البحث العلمي مثل العلوم الطبيعية والطبية والرياضية.

معوقات ومشكلات البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية بصفة عامة والبحث في الخدمة الاجتماعية بصفة خاصة:

ولا شك أن البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية بصفة عامة والبحث في الخدمة الاجتماعية بصفة خاصة من الأمور الصعبة والمحفوفة بالكثير من المشكلات والمخاطر. ومن هذه المشكلات والمخاطر:

1- صعوبة تحديد المفاهيم في العلوم الاجتماعية والإنسانية وفي مهنة الخدمة الاجتماعية.

2- عدم توفر كثير من الإحصاءات الاجتماعية والإنسانية.

3- وجود إحصاءات اجتماعية مضللة لا تمثل الواقع الفعلي لأنماط وحجم المشكلات الاجتماعية في المجتمع.

4- صعوبة الحصول على الإحصاءات الواقعية والحديثة والكاملة والموضوعية.

5- صعوبة القياس لموضوعات العلوم الاجتماعية والإنسانية وموضوعات مهنة الخدمة الاجتماعية، وذلك لأسباب عديدة، منها: تعقد الظواهر الاجتماعية والموضوعات الإنسانية التي يتم دراستها.

6- صعوبة تعميم نتائج بحوث العلوم الاجتماعية والإنسانية وبحوث مهنة الخدمة الاجتماعية نتيجة وجود الفروق الفردية المتواجدة بين الأفراد وبين الجماعات وبين المنظمات وبين المجتمعات، فكل منهم له خصائصه وحاجاته ومشكلاته وثقافته وظروفه الإنسانية والاجتماعية والثقافية والتعليمية والصحية والسياسية والجغرافية...

7- عدم توفر الموازنات المناسبة والكافية لإجراء بحوث العلوم الاجتماعية والإنسانية وبحوث مهنة الخدمة الاجتماعية. فعلي سبيل المثال يؤكد التقرير الصادر عن منظمة اليونسكو في العام 2010 أن مستوى الإنفاق على البحث العلمي بكافة أنواعه وأشكاله في العالم العربي ضعيف للغاية حتى في دولة كبري مثل مصر، إذ لا يتجاوز ما ينفق فيها على البحث العلمي 0.23% من الموازنة العامة. كما بلغ الإنفاق على البحث العلمي في الأردن 0.34% وفي سوريا 0.12% ولبنان 0.3% والسعودية 0.05% والإمارات 0.6 % والكويت 0.09 % من إجمالي الناتج القومي. بينما بلغ الإنفاق على البحث العلمي في إسرائيل حوالي 4.7 % في العام 2008 (محمد صادق إسماعيل: 2016).

8- تخوف كثير من الناس ومنهم عملاء مهنة الخدمة الاجتماعية من المشاركة في أي بحث علمي، نظرا لارتفاع نسبة الأمية في الوطن العربي وضعف الوعي البحثي.

9- تخوف كثير من الجمعيات والمؤسسات والمنظمات والشركات من الإفصاح عما لديها من معلومات وبيانات.

10- عدم اقتناع كثير من المسئولين في الجمعيات والمؤسسات والمنظمات والشركات بأهمية بحوث العلوم الاجتماعية والإنسانية وبحوث مهنة الخدمة الاجتماعية...

11- القصور في إعداد طلاب العلوم الاجتماعية والإنسانية وطلاب مهنة الخدمة الاجتماعية فيما يتعلق بالمهارات البحثية.

12- قلة البرامج التدريبية التي يتم توفيرها للمتخصصين في العلوم الاجتماعية والإنسانية وفي مهنة الخدمة الاجتماعية عن معارف وأخلاقيات ومهارات إجراء البحوث في العلوم الاجتماعية والإنسانية وفي مهنة الخدمة الاجتماعية.

مراجع الفصل

أولا: المراجع العربية

1- إبراهيم عبد الرحمن رجب ونبيل محمد صادق: **مناهج البحث الاجتماعي وتطبيقاتها في الخدمة الاجتماعية** (طنطا: مطبعة جامعة طنطا، 1999).

2- زينب الأشوح: **طرق وأساليب البحث العلمي** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2014).

3- طلعت مصطفي السروجي: تصميم بحوث الخدمة الاجتماعية (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان،2000).

4- طلعت مصطفى السروجي وآخرون: **البحث في الخدمة الاجتماعية** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان 2016).

5- عادل الريان: **مناهج وأخلاقيات البحث العلمي** (القاهرة: برنامج اليونسيف للتنمية، 2012).

6- عبدالباسط عبدالمعطي وغريب سيد أحمد: **البحث الاجتماعي** (الإسكندرية: دار المعارف الجامعية، 1974).

7- عبدالباسط محمد حسن: **أصول البحث العلمي** (القاهرة: مكتبة وهبة، ط 8، 1982).

8- عبد العزيز مختار وآخرون: **مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية** (القاهرة: دار الحكيم للطباعة والنشر، 1992).

9- عبد الفتاح عثمان وآخرون: **البحث الاجتماعي في مهنة الخدمة الاجتماعية** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 1980).

10- على عسكر وآخرون: **مقدمة في البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح،1992).

11- ماهر أبو المعاطي على وآخرون: مقدمة في الخدمة الاجتماعية (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2009).

12- محمد ذكي أبو النصر: **البحث في الخدمة الاجتماعية** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2011).

13- محمد رفعت قاسم وماهر أبو المعاطي على: **المنهج العلمي في بحوث الخدمة الاجتماعية** (القاهرة: مكتبة الزهراء، 2005).

14- محمد صادق إسماعيل: **البحث العلمي بين الواقع والمأمول** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2016).

15- محمد صبري النمر: **التفكير العلمي والتفكير النقدي في بحوث الخدمة الاجتماعية** (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2003).

16- محمد عاطف غيث وآخرون: **قاموس علم الاجتماع** (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1979).

17- محمد عويس: **البحث العلمي وممارسة الخدمة الاجتماعية** (القاهرة: دار النهضة العربية، 1997).

18- مدحت محمد أبو النصر: **قواعد ومراحل البحث العلمي** (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2004).

19- ميشيل مان: **موسوعة العلوم الاجتماعية**، ترجمة عادل مختار الهواري وسعد عبدالعزيز مصلوح (الكويت: مكتبة الفلاح، 1994).

ثانيا: المراجع الأجنبية

1- Black & J. Champion: **Methods and Issues in Social Research** (N.Y.: John Willey & Sons, 1976).

2- Herlekar : **Research in Social Work** (Bombay: The IJSW, 1964).

3- Allen Rubin & E. Babbie: **Research Methodology for Social Work** (California , Belmont: Wadsworth , 1989).

4- D.J. Casley & D.A. Lury: **Data Collection in Developing Countries** (Oxford: Oxford Univ. Press, 1982).

5- D.K. Lal Das: **Social Work Research: Meaning, Importance and Scope** (Hyderabad : R.M. College of Social Work, 2015).

6- David Dooley: **Social Research Methods** (N.Y.: Prentice Hall, Inc., 1984).

7- Goerge Zito: **Methodology and Meaning** (N.Y.: Holt, Pinehart & Winston, 1975).

8- J. William: **"Research in Social Work"** in Encyclopaedia of Social Work, Silver Spring, Maryland, NASW, 1987.

9- K. K. Jacob: **Methods and Fields of Social Work in India** (Bombay: Asia Publishing, 1965).

10- Ken Browne: **An Introduction to Sociology** (Cambridge: Polity Press,1992).

11- Martin B. Loeb: **"The Backdrop for Social Research"** , in Leonard S. Kogan (edr.) Social Science Theory and Social Work Research (N.Y.: NASW, 1960).

12- N. Polansky: **Social Work Research** (U.S.A.: Chicago University Press, 1962).

13- N.A. Polansky (edr.): **Social Work Research** (Chicago: The University of Chicago Press, 1975).

14- Rafael J. Engel & Russell K. Schutt: **The Practice of Research in Social Work** (Los Angeles: SAGE, 2013).

15- Robert L. Barker: **The Social Work Dictionary** (Washington DC.: ANSW Press, 4th. Ed., 1999).

16- Rosaliw Ambrosino & et.al.: **Social Work & Social Welfare** (Australia: BROOKS/COLE, 4th. ed., 2005).

الفصل الخامس

تنمية مهارات الباحثين
في إعداد وتنفيذ خطة البحث (1)

ويشتمل على النقاط التالية:

- مراحل البحث العلمي
- كيف تحصل على فكرة بحثية؟
- ما هي شروط اختيار موضوع جيد للبحث؟
- عنوان البحث
- صفات الكتابة العلمية
- خطة البحث
- أهمية خطة البحث

الفصل الخامس

تنمية مهارات الباحثين

في إعداد وتنفيذ خطة البحث

مراحل البحث العلمي:

البحث العلمي عملية Process تسير في مراحل Stages عديدة. هـذه المراحـل مترابطـة ومتفاعلـة معاً، كذلك تتصف بأنها مترابطة ومرتبة ترتيباً منطقياً بحيث ان انتهاء مرحلة يسلم الباحـث إلى بدايـة مرحلة جديدة. كذلك لا يمكن في البحـث العلمـي القفـز إلى مرحلـة متقدمـة وتـرك مرحلـة سـابقة في الطريق. وهذا يؤكد أن البحث العلمي ذو طبيعة متماسكة، تتصل فيه المقدمات بالنتائج، كـما تـرتبط فيه النتائج بالمقدمات.

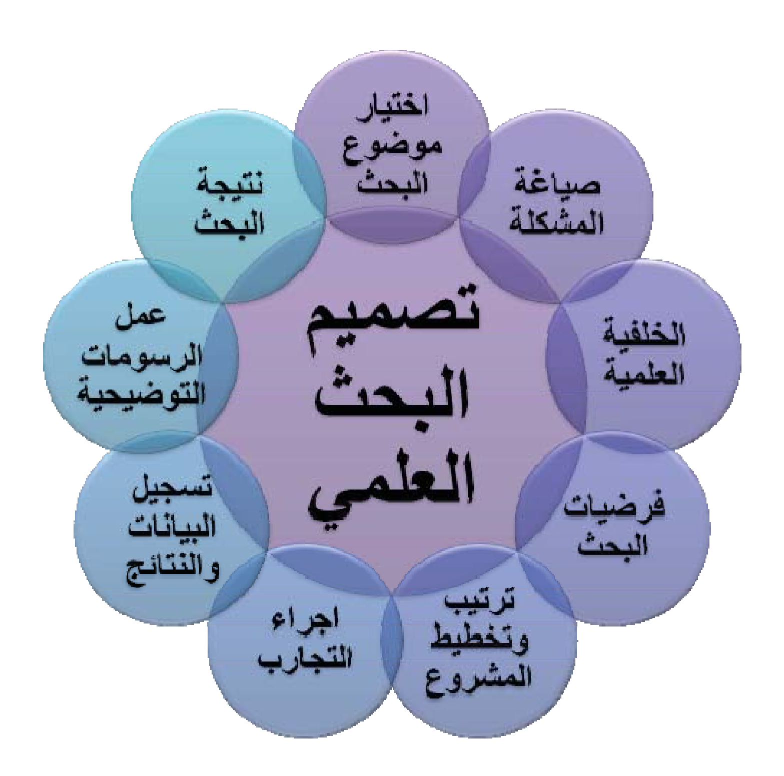
أيضا يشير على معمر (2008) إلى أن ما يميز عملية البحث العلمي بأنهـا عمليـة دائريـة Circular process في طبيعتها، تبدأ بالمشكلة وتنتهي بالتعميمات، وتستمر هـذه الـدائرة إلى مـا لانهايـة لـتعكس التطور في الفرع العلمي.

كذلك يشير جون ديوي Jon Dewey إلى أن مراحل البحث لا تختلف كثـيرا عـن خطـوات التفكـير عند الإنسان، والتي تبدأ بالقلق عند مواجهة مشكلة مـا، ثـم جمـع المعلومـات عنهـا بهـدف تفـسيرها وفهمها، ثم وضع الحلول أو البدائل لها، ثم اختيار الحل أو البـديل الأنـسب، ثـم أخـيرا مواجهـة هـذه المشكلة...

هذا ويمكن تحديد مراحل البحث العلمي في الآتي:

- أولا: مرحلة وضع الإطار النظري

- ثانيا: مرحلة تحديد الإطار المنهجي
- ثالثا: المرحلة الميدانية
- رابعا: تفريغ و جدولة وعرض البيانات
- خامسا: مرحلة النتائج والتوصيات



والباحث قبل أن يبدأ هذه المراحل عليه أن يعد خطة البحث Proposal، والتي تمثل ملخص لجميع مراحل البحث العلمي، والبوصلة العلمية التي يسترشد بها الباحث أثناء تنفيذه البحث. كذلك تعتبر خطة البحث "التعهد الأول الذي يتعهد فيه الباحث بأنه سيقوم بتنفيذ خطة ما لإنتاج وإخراج بحثه". لذلك تعتبر خطة البحث هي أولى خطوات تحويل البحث من مجرد فكرة أو أفكار إلى بحث يتجسد من خلال مجموعة من فصول وأبواب تمثل دراسة كاملة للموضوع محل البحث.

والآتي عرض موجز لجميع مراحل البحث العلمي وخطوات كل مرحلة والتي يجب أن يسترشد بها الباحث لإنجاز بحثه بالشكل المطلوب.

أولا: مرحلة وضع الإطار النظري

وتشتمل مرحلة وضع الإطار النظري أو التصوري على مجموعة من الخطوات هي كالتالي:

1- اختيار وتحديد مشكلة البحث.
2- تحديد أهداف البحث وأهميته.
3- تحديد الدراسات السابقة للبحث.
4- تحديد النظرية أو النموذج المناسب.
5- تحديد المفاهيم الرئيسية في البحث.

ثانيا: مرحلة تحديد الإطار المنهجي

وتشمل مرحلة تحديد الإطار المنهجي أو مرحلة وضع الاستراتيجية المنهجية على مجموعة من الخطوات هي:

1- تحديد تساؤلات البحث أو فروضه.
2- تحديد نوع البحث.
3- تحديد منهج البحث.
4- تحديد مجالات البحث.
5- تحديد أسلوب جمع البيانات.
6- تحديد أداة أو أدوات جمع البيانات.

ثالثا: المرحلة الميدانية

وتشمل المرحلة الميدانية على مجموعة من الخطوات هي:

1- أخذ الموافقات الرسمية لجمع البيانات من الميدان
2- اختبارات الصدق والثبات لأداة جمع البيانات

3- النزول إلى الميدان لجمع البيانات

4- مراجعة البيانات

رابعا: تفريغ و جدولة وعرض البيانات

1- تفريغ البيانات

2- جدولة البيانات

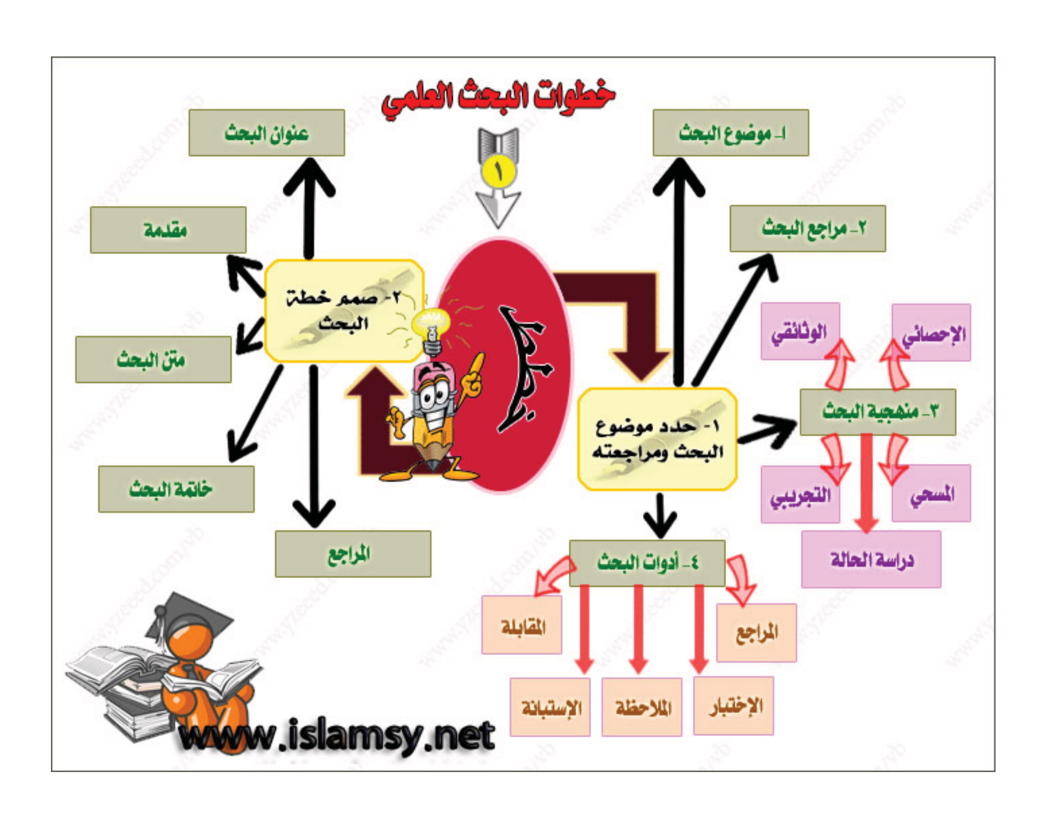
3- عرض البيانات

خامسا: مرحلة النتائج والتوصيات

1- تحليل البيانات

2- استخراج نتائج البحث

3- وضع توصيات البحث



كيف يمكن الحصول على فكرة بحثية؟

بناء على تواصلي مع طلابي في مرحلة الدراسات العليا على مدار 25 عاما يمكن القول بأن الحصول على فكرة بحثية عملية صعبة وشاقة بالنسبة لهم، وقد يصل الأمر بالنسبة إليهم إلى ضياع حوالي سنة حتى يصلوا إلى فكرة بحثية يتم الموافقة عليها من القسم العلمي. ويؤدي التأخر في تحديد فكرة أو موضوع البحث إلى إحساس الباحث بالضياع والتشتت وشعوره بالفشل ويفقد الثقة بنفسه... وهذا بطبيعة الحال قد يؤدي إلى سوء الحالة النفسية للباحث و إحساسه بالضغوط الملقاة عليه، و هذا يؤثر بلا شك على أداء الباحث.

وبالتالي يمكن القول بأن اختيار فكرة بحثية مناسبة تستحق الدراسة والتسجيل يعتبر من أصعب الأمور في رحلة البحث العلمي.

ولعل أحد الأسباب الرئيسية وراء هذا الموقف الصعب هو أن الغالبية العظمى من الطلاب لم يتعرفوا على البحث العلمي بشكل كاف في مراحل مبكرة من حياتهم التعليمية. وكل معرفتهم بالبحث العلمي تمثلت في كتابة بحث بسيط منقول من هنا وهناك معتمد على مرجع واحد أو أثنين ويقوم على النسخ و اللصق و غيرها من السرقات العلمية وقد يصل الأمر أن يكون البحث كله منقول من بحث جاهز متوفر في أحد مواقع شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)...

وفي ضوء هذه المشكلة يمكن اقتراح الطرق التالية التي يمكن أن تساعد الباحثين للحصول على فكرة بحثية:

1- القراءة بصفة عامة.

2- الإطلاع على توصيات ومقترحات البحوث والدراسات العلمية في المجال الذي يهتم به الباحث.

3- الملاحظة العامة.

4- الملاحظة المهنية.

5- الإطلاع على رسائل الماجستير والدكتوراه في تخصص الباحث.

6- الإطلاع على البحوث العلمية في العلم أو المهنة التي ينتمي إليها الباحث أو في المجال الذي يهتم به الباحث.

7- حضور المؤتمرات والندوات العلمية المرتبطة بتخصص الباحث.

8- حضور البرامج التدريبية المرتبطة بعمل وتخصص الباحث.

9- حضور الاجتماعات المهنية.

10- المشاركة في الأبحاث العلمية التي تقوم بها بعض الجهات والمرتبطة بعمل وتخصص الباحث

11- خبرات الممارسة المهنية الميدانية.

12- استشارة أعضاء هيئة التدريس في مجال دراسته، فقد يكون لديهم أفكار بحثية جيدة.

وعلى الباحث في هذه المرحلة القراءة المتعمقة بشكل متعدد ومتنوع عن الفكرة البحثية حتى يتأكد أن الموضوع لم يتم القيام به بواسطة باحث آخر من قبله، ولزيادة المعلومات والخلفية المعرفية لديه عن الفكرة البحثية، وتحديد الإضافات أو الحذف من هذه الفكرة البحثية بما يساعده على تحديد مشكلة البحث وتحديد المراجع التي يجب أن يرجع إليها في إعداد مشروع البحث...

نقطة أخرى هامة في هذا الشأن هي أنه ثبت بالتجربة أن طلبة الماجستير والدكتوراه وأعضاء هيئة التدريس الذين يريدون الترقية إلى درجة الأستاذ المساعد أو لدرجة الأستاذ الذين يتوفقون لاختيار الموضوعات البحثية بأنفسهم يكونون أكثر تفوقاً في بحوثهم من أولئك الذين يتسولون موضوعات بحثية من الآخرين. ومن أخطر الأشياء أن يبدأ الباحث حياته العلمية عالة على غيره من الباحثين ممن سبقوه، فإن ذلك يصبح خاصية من خواص بحوثه، وقد لا يستطيع أن يتحول فيما بعد باحثاً بالمعني الدقيق لكلمة باحث.

ما هي شروط اختيار موضوع جيد للبحث؟

هناك شروط عديدة يجب الاسترشاد بها عند اختيار موضوع جيد للبحث، نذكر منها:

1- أن تنفيذ البحث سيحقق منفعة للناس أو للمجتمع.

2- أن تنفيذ البحث سيحقق فائدة للعلم وللمهنة.

3- أن البحث يسد فراغا بحثيا مهما.

4- أن لا يكون موضوع البحث بكافة معالمه تم دراسته من قبل.

5- وضوح الهدف منه.

6- وجود ارتباط بين نقطة البحث و التخصص الدقيق للباحث.

7- توفر المراجع والمصادر حول مادة البحث قدر الإمكان.

8- مناسبة البحث للوقت اللازم لإنجازه.

9- مناسبة للتمويل المتاح للبحث سواء كان تمويل ذاتي من جانب الباحث أو تمويل من أحد الجهات المهتمة أو الإثنين معا.

عنوان البحث:

عنوان البحث هو أول ما تقع عليه عين القارئ، ومن هنا تبرز أهميته. وهو مطلع البحث، وهو الذي يعطي الانطباع الأول لكل من يريد أن يطلع على إطار البحث أو البحث بعد انجازه. ولابد أن يتصف عنوان البحث الجيد بمجموعة من الصفات، نذكر منها:

1- أن يكون معبر عن فكرة البحث التي تم الوصول إليها أو اختيارها.

2- أن يكون مفصحاً عن موضوعه.

3- أن تتبين منه حدود الموضوع وأبعاده دون لبس أو غموض.

4- أن لا يتضمن ما ليس داخلاً في موضوعه.

5- يشير بالأفكار الرئيسية بصورة ذكية.

6- أن يتم صياغته بمفردات أو مفاهيم بسيطة ومفهومة وسليمة لغويا وغير غامضة...

7- أن يكون محدد بدقة.

8- أن يكون مختصر دون إخلال.

9- أن يكون واضح.

10- أن يكون ذا طابع علمي هادئ، رصين، بعيداً عن العبارات الدعائيـة المثـيرة والمـسجعة والمتكلفـة والغريبة وغير الشائعة وصعبة النطق...

11- أن يتم كتابته باللغتين العربية والإنجليزية.

12- أن لا يتم كتابة المجال المكاني في العنوان، حتى لـو حـدث لاحقـا مـشكلة في المجـال المكـاني يـستطيع الباحث التطبيق في مجال مكاني أخر بدون أن يضطر أن يقدم للجهة أو للكلية التي سجل بها رسالته طلبا لتغيير المجال المكاني، وهذا بدوره سوف يعطل الباحث ويزيد المدة الزمنية المطلوبة للانتهاء من البحث.

صفات الكتابة العلمية:

الكتابة العلمية هي التي تتصف بهذه الصفات:

1- الموضوعية.
2- دقة الصياغة.
3- الأمانة العلمية.
4- التأصيل العلمي.
5- الوضوح.
6- البساطة.
7- التواضع في الكتابة.
8- عدم التكرار.
9- التسلسل المنطقي للأفكار.
10- عدم استخدام الألفاظ الغامضة.
11- عدم استخدام ألفاظ المبالغة والدعاية.
12- عدم استخدام العبارات المتشددة.
13- عدم استخدام عبارات السخرية والاستفزاز.
14- سلامة استخدام قواعد اللغة العربية وهنا يمكن الاستعانة بمصحح للغة العربية.

خطة البحث:

1- أحيانا يُطلق على خطة البحث Research Plan مصطلح مقترح أو إطار البحث Research Proposal . وتشير خطة البحث إلى أنها:

2- خطة مسبقة لإقناع الجهة التي يرغب الباحث بالتقديم عليها سواء كانت كلية أو معهد يسعي للدراسة بها أو جهة يرغب بالحصول على تمويل لبحثه, مقترح مكتوب لفكرة بحثية مطلوب دراستها مع توضيح كيف سيتم ذلك.

3- مشروع بحثي مكتوب بلغة المستقبل يصف الطرق والخطوات التي سيقوم الباحث باستخدامها لدراسة مشكلة بحثية محددة.

وغالبا ما تتضمن خطة البحث العناصر التالية:

1- صفحة الغلاف.
2- مقدمة.
3- عرض للبحوث والدراسات السابقة التي تمهد لتقديم مشكلة البحث.
4- وفي بحوث التدخل المهني يقوم الباحث بعرض دراسة تقدير الموقف.
5- مشكلة البحث.
6- أهداف وأهمية البحث.
7- تساؤلات وفروض البحث.
8- النظرية أو النموذج الذي سيتم الاسترشاد به.
9- مفاهيم البحث.
10- الإطار المنهجي (نوع ومنهج البحث ومجالات البحث وأدوات جمع البيانات).
11- موافقة الجهة التي سيتم تطبيق البحث عليها.
12- تصور مستقبلي لأبواب البحث.
13- المراجع العربية والأجنبية.

أهمية خطة البحث:

أي بحث يتطلب خطة عمل. وبدون خطة البحث أو إطار البحث لـن يـستطيع الباحـث أن يـسجل رسالته للماجستير أو للدكتوراه أو يحصل على تمويل لبحثه. أيضا يمكن طرح سؤال مهم في هـذا الـشأن كيف للباحث أن يجري بحثه بدون وجود خطة بحثية ترشـده وتوجهـه وترسـم لـه خريطـة الطريـق. كذلك فإن خطة البحث:

1- تعكس مدي وعي الباحث بموضوع بحثه ومتغيراته وكيفية معالجتها.

2- تبين مستوى قراءات الباحث في موضوعه، من خلال المراجع التي اطلع عليها.

3- تقدم تصور للعقبات التي قد تعترض الباحث عند تنفيذ البحث والاستعداد لتلـك العقبـات قبـل البدء في تنفيذ البحث (جلال عبد الفتاح: 2015).

مراجع الفصل

أولا: المراجع العربية

1- أحمد محمد يوسف عليق وآخرون: **مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2013).

2- جلال عبد الفتاح منصور: **البرنامج التدريبي تنمية مهارات الباحثين** (القاهرة والفيوم: الجمعية العربية للتنمية البشرية والبحث العلمي، أغسطس 2015).

3- ديوبولد فان دالين: **مناهج البحث التربية وعلم النفس**، ترجمة محمد نبيل وآخرون (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1985).

4- زينب الأشوح: **طرق وأساليب البحث العلمي** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2014).

5- سماح سالم سالم ونجلاء محمد صالح: **طرق البحث في الخدمة الاجتماعية** (عمان: دار المسيرة، 2015).

6- عادل الريان: **مناهج وأخلاقيات البحث العلمي** (القاهرة: برنامج اليونسيف للتنمية، 2012).

7- عبدالباسط محمد حسن: **أصول البحث العلمي الاجتماعي** (القاهرة: مكتبة وهبة، ط 8، 1982).

8- على عبدالمعطي محمد ومحمد السرياقوسي: **أساليب البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح، 1988) .

9- على عسكر وآخرون: **مقدمة في البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح، 1992).

10- على معمر عبد المؤمن: **البحث في العلوم الاجتماعية** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2008).

11- ماهر جمال الدين على: **البحث الأمني العلمي** (القاهرة: أكاديمية الشرطة، 1993).

12- محمد شفيق: **البحث العلمي** (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 1994).

13- محمد صادق إسماعيل: **البحث العلمي بين الواقع والمأمول** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2016).

14- محمود السيد أبو النيل: **علم النفس الاجتماعي** (القاهرة: دار النهضة العربية، ط 4، 1985).

15- محمود محمد محمود وآخرون: **البحث الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية** (القاهرة: مكتبة زهراء الشرق، 2007).

16- مدحت محمد أبو النصر: **قواعد ومراحل البحث العلمي** (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2004).

17- مدحت محمد أبو النصر: **البحث العلمي لظاهرة الانحراف والجريمة** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، ط2، 2014).

18- مدحت محمد أبو النصر: **البحث العلمي لظاهرة الانحراف الاجتماعي** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، ط2، 2015).

19- مدحت محمد أبو النصر: **البرنامج التدريبي تنمية مهارات الباحثين** (القاهرة والفيوم: الجمعية العربية للتنمية البشرية والبحث العلمي، أغسطس 2015).

ثانيا: المراجع الأجنبية

1- David Dooley: **Social Research Methods** (N.Y.: Prentice Hall, Inc., 1984).

2- D.J. Casley & D.A. Lury: **Data Collection in Developing Countries** (Oxford: Clarendon Press, 1982).

3- F.M. Loewenberg: **Fundamentals of Social Intervention** (N.Y.: Columbia University Press , 1983).

4- Fredrick Weteny: **The Elements of Research** (N.J.: Prentice Hall , 1950).

5- K.D. Hopkins & J.C. Stanley: **Educational and Psychological Measurement and Evaluation** (N.Y.: Prentice Hall, Inc., 1981).

6- Louise H. Kidder & Charles M. Judd: **Social Research Relations Methods** (N.Y.: CBS Publishing , 5th. ed., 1986)

7- Medhat M. Abo El Nasr & Martin Read: "How Many People Should I Tolk To? The Classic Problem of Appropriate Sample Size in Survey

Research", Social Research Unit, **Research Guide Series**, No. 4, Univ. of Wales, 1991.

8- Nan Lin: **Foundations of Social Research** (N.Y.: Mc Graw - Hill, 1976).

9- P. Leedy: **Practical Research** (London: Collier Macmillan , 1974).

ثالثا: مواقع شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)

- http://kenanaonline.com/users/malshaarawy/posts/
- http://www.alukah.net/web/khedr/0/51829aculty.mu.edu.sa/download.php…
- https://.facebook.com/AsasyatAlbhthAllmy Research Method
- https://sites.google.com/site/mnahjal/Home/mydyw/aldrs-alrab/shrwt-alnwan-aljyd
- https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A3%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%A

الفصل السادس

تنمية مهارات الباحثين
في إعداد وتنفيذ خطة البحث (2)

ويشتمل النقاط التالية:

- مقدمة البحث
- البحوث والدراسات السابقة
- تحديد مشكلة البحث
- أهداف البحث
- أهمية البحث
- تحديد تساؤلات البحث
- تحديد فروض البحث

الفصل السادس

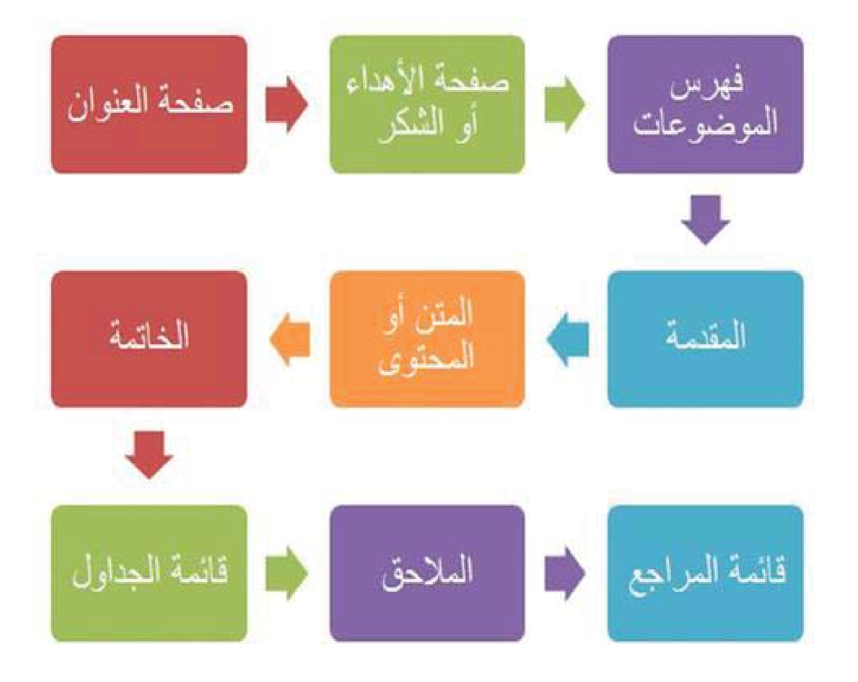
تنمية مهارات الباحثين

في إعداد وتنفيذ خطة البحث

مقدمة البحث:

تتضمن مقدمة البحث على بنود عديدة، نذكر أهمها في الآتي:

1- عنوان البحث.
2- سبب اختيار الموضوع و أهميته.
3- الهدف من البحث.
4- أقسام البحث ومكوناته (عرض أبواب وفصول البحث أو أقسامه أو أجزائه) .
5- طريقة معالجة الموضوع قيد البحث.
6- أهم نتائج البحث
7- الشكر للمشرفين وللمناقشين ولأسرة الباحث ولكل من ساعده.



البحوث والدراسات السابقة:

على الباحث رصد أو عرض البحوث والدراسات السابقة لبحثه للتأكيد على أن مشكلة البحث التي وقع عليها الاختيار لم يتم تناولها من قبل، أو تم تناولها ولكن بدون عمق وتفاصيل كافية، أو تم تناولها بعمق وتفاصيل ولكنها ركزت على جوانب معينة غير الجانب الذي سوف يتم التركيز عليه في البحث الحالي...

وعلى الباحث أن يسترشد بهذه البحوث والدراسات السابقة في:

1- صياغة مشكلة البحث.
2- تحديد أهداف البحث.
3- تحديد تساؤلات أو فروض البحث.
4- تحديد حجم عينة البحث.
5- تحديد نوع ومنهج البحث.
6- تحديد أداة جمع البيانات.

7- تحليل بيانات جداول البحث.

8- عقد مقارنات بين نتائج البحث ونتائج البحوث والدراسات السابقة.

أيضا للبحوث والدراسات السابقة أهمية لأن الباحث عليه أن يستفيد من تجارب وخبرات الباحثين السابقين الذين تناولوا مشكلة البحث من منظور آخر أو في مجال آخر أو في مهنة أخرى أو في بلد آخر أو في منطقة أخرى... وهذا يساعد الباحث في معرفة كيفية تناول هؤلاء الباحثين لموضوعاتهم وعقد المقارنات بين النتائج...

هناك خطأ شائع يقع فيه كثير من الباحثين هو وضع بحوث ودراسات سابقة مرتبطة بشكل غير مباشر بموضوع البحث، مما يرهق الباحث ويضيع وقته وجهده ويزيد من صفحات البحث أو الرسالة دون داعي. كذلك يفضل عرض البحوث والدراسات سواء كانت عربية أو أجنبية معا وذلك حسب تسلسلها الزمني من الأقدم إلى الأحدث، حتى يتضح التطور العلمي التراكمي للمعرفة المتعلقة بموضوع البحث.

ولا يُنصح تقسيم البحوث والدراسات السابقة إلى أجنبية بمفردها وعربية بمفردها، أو تقسيمها إلى بحوث ودراسات مرتبطة بشكل مباشر وأخري بحوث ودراسات سابقة مرتبطة بشكل غير مباشر، لأنه كما سبق الإشارة إلى عدم جدوى البحوث والدراسات السابقة المرتبطة بشكل غير مباشر.

ويُفضل أن يتم تقسيم البحوث والدراسات السابقة إلى محاور. فعلي سبيل المثال في بحث عن تقييم الخدمات المقدمة لذوي الإعاقات العقلية من منظور الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية. فيمكن عرض البحوث والدراسات السابقة لهذا البحث كالتالي:

أولا: بحوث ودراسات سابقة متعلقة بتقييم الخدمات الاجتماعية.

ثانيا: بحوث ودراسات سابقة متعلقة بالخدمات المقدمة لذوي الإعاقة العقلية

ثالثا: بحوث ودراسات سابقة متعلقة بالممارسة العامة للخدمة الاجتماعية في مجال رعاية وتأهيل ذوي الإعاقة العقلية

وبعد عرض البحوث والدراسات السابقة على الباحث أن يقدم تعليقـا أو تعقيبـا عليهـا، وذلـك مـن خلال تحديد التالي:

1- تحديد أوجه الاتفاق بين البحث الحالي والبحوث والدراسات السابقة.

2- تحديد أوجه الاختلاف بين البحث الحالي والبحوث والدراسات السابقة.

3- تحديد أوجه الاستفادة من البحوث والدراسات السابقة.

والسؤال الآن كيف يمكن الحصول على مثل هذه البحوث والدراسات السابقة؟ الإجابة تتمثـل في ضرورة قيام الباحث بالآتي:

1- القراءة والإطلاع على رسائل الماجستير والـدكتوراه المرتبطـة بموضـوع البحـث لديـه، سـواء كانـت باللغة العربية أو الأجنبية.

2- القراءة والإطلاع على البحوث العلمية في المجلات العلمية والمؤتمرات العلمية سواء كانـت باللغـة العربية أو الأجنبية.



3- سؤال المشرف أو المشرفين عليه.

4- سؤال موظف أو موظفين المكتبة العربية والمكتبة الأجنبية بالجامعة التي ينتمي إليها الباحث.

5- سؤال الزملاء في نفس التخصص وفي نفس المهنة.

6- زيارة المكتبات العلمية بالجامعات المختلفة والتي يمكن أن يجد بها بحوث ودراسات سابقة مرتبطة بموضوع بحثه.

7- الدخول على مواقع المعلومات المتوفرة على شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) وخاصة الموسوعة الحرة للمعلومات ويكيبيديا.

8- القيام بعمل Computer Search or Survey في أحد مراكز المعلومات والبحث العلمي (مثل أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بشارع القصر العيني أو مركز المعلومات التابع لجريدة الأهرام أو التابع لجريدة الجمهورية)...



والتي توفر البحوث والدراسات السابقة للباحث من مواقع عديدة للمعلومات سواء داخل الدولة أو من دول أخرى أو من مكتبات خارج الدولة. علما بأن هذه المراكز توفر هذه الخدمة بمقابل أو نظير رسوم تعتبر رمزية أو بسيطة.



تحديد مشكلة البحث:

لابد لأي بحث أو دراسة من مشكلة بحثية معينة يعالجها. وتمثل مشكلة البحث Research Problem نقطة البداية لعمل الباحث بعد أن يحصل على الفكرة البحثية المناسبة. مشكلة البحث قد تكون ظاهرة يراد دراستها أو مشكلة في المجتمع مطلوب دراستها أو موضوع مهم في الحياة أو في العمل مطلوب دراسته. بمعني أن مشكلة البحث قد لا تكون بالضرورة مشكلة معينة في المجتمع.

هذا ويمكن تعريف مشكلة البحث بأنها:

1- النقطة البحثية التي يريد الباحث دراستها وفهمها.

2- كافة التساؤلات التي تلوح في فكر الباحث، والتي تتعلق بموضوع الدراسة والبحث. وتكمن مهمة الباحث في الإجابة عن هذه التساؤلات وتفسيرها من خلال المعلومات التي يقدمها.

3- جملة استفهامية تسأل عن العلاقة الموجودة بين متغيرين أو أكثر.

ويجب أن تكون صياغة مشكلة البحث بشكل دقيق وواضح ومباشر ومفهوم... بمعني أن الباحث عليه أن يُصيغ مشكلة البحث في عبارات واضحة ومباشرة وموضوعية ودقيقة تحدد مضمون مشكلة البحث ومجالها. أيضا لابد من كتابة مشكلة البحث بشكل محدد يضع الحدود التي تفصلها عن سائر المجالات أو الموضوعات الأخرى.

ويؤكد فريدرك ويتني Freidrick Weteny على أن يراعي الباحث عند اختيار مشكلة بحثه الاعتبارات التالية:

1- أن يختار موضوعا مناسبا لقابليته واستعدادته.

2- أن يتجنب المواضيع الغامضة.

3- أن يختار المواضيع التي تتميز بالدقة والوضوح.

4- أن يختار موضوعا فيه مصادر ومراجع.

5- أن يختار موضوعا تتوفر الرغبة لديه في دراسته ليدفعه ذلك إلى العمل ويشعره بالمتعة وعدم الشعور بالملل.

وهناك خطأ شائع يقع فيه الباحثين وهو كتابة عنوان البحث كما هو على أنه مشكلة البحث، مع أن مشكلة البحث لابد أن يكون بها تفاصيل أكثر عن عنوان البحث، ويكون بها تحديد واضح لمتغيرات البحث وتساؤلاته...

وهناك من يخلط بين مفهوم مشكلة البحث ومفهوم المشكلة على الرغم من وجود اختلاف بينهما. فمشكلة البحث كما سبق الحديث عنها هي موضوع يحيط به الغموض أو ظاهرة تحتاج إلى تفسير أو قضية موضوع خلاف. بينما المشكلة هي معوق أو معضلة أو موقف صعب يؤثر بالسلب على الأفراد أو الجماعات أو المنظمات أو المجتمع ككل، وأنه يجب التحرك لمواجهة هذه المشكلة. وقد تكون مشكلة البحث إحدى المشكلات التي يعاني منها المجتمع، وقد تكون أشياء أو موضوعات أخرى.

والآتي مثال على مشكلة بحثية في أحد بحوث المؤلف، وكانت بعنوان: دراسة ميدانية لحاجات ومشكلات الأسرة السعودية في إحدى المدن:

مشكلة البحث: اتضح من مراجعة الكثير من البحوث والدراسات المرتبطة باحتياجات ومشكلات الأسرة العربية بصفة عامة والأسرة السعودية بصفة خاصة إلى أن هذه الأسر لديها العديد من الاحتياجات غير المشبعة والكثير من المشكلات التي تعاني منها. كما دلت هذه البحوث والدراسات على أن هذه الأسر مازلت في حاجة إلى كثير من الخدمات والمؤسسات وذلك من أجل إشباع احتياجاتها ومواجهة مشكلاتها.

ومن مبادئ التخطيط السليم للخدمات ومبادئ التنمية الاجتماعية أخذ رأي الأشخاص والجماعات الذين يعانون من المشكلات، من منطلق قدرتهم الأكبر على التعبير الأقرب إلى الواقع عما يعانوه من مشكلات تنغص حياتهم...

ومن هنا كان لابد من التركيز على مشاركة الأسر في تحديد الاحتياجات ورصد المشكلات واقتراح الخدمات التي يحتاجونها... ويمكن تحديد مشكلة البحث الحالية في تحديد الاحتياجات الأسرية غير المشبعة ورصد المشكلات الأسرية في إحدى المدن بالمملكة العربية السعودية وذلك من وجهة نظر عينة من الأسر في هذه المدينة.

أهداف البحث:

كتابة أهداف البحث خطوة مهمة جدا لأنها تساعد الباحث في معرفة أهدافه، ومعرفة الطريق المناسب لتحقيق هذه الأهداف، وتساعد في تحديد الرؤية البحثية للباحث، وتساهم في توضيح أهمية البحث...

وفي البداية هناك خطأ شائع بين الباحثين هو كتابة أهمية البحث قبل أهداف البحث، ولكن الأفضل كتابة أهداف البحث أولا، ثم تحديد أهمية البحث ثانيا، وذلك لأن جزء من أهمية البحث هو أن له أهداف مهمة ومفيدة للعلم وللمهنة وللمجتمع...

والهدف النهائي لأي بحث علمي هو تقديم شيء جديد يفيد العلم أو يفيد المجتمع أو الاثنين معا. بمعني أن أي بحث علمي هو وسيلة وليس هدف في حد ذاته. فالبحث العلمي وسيلة لتحقيق أهداف عديدة.

ولقد تم سابقا تحديد أهداف البحث العلمي في: الوصف والحصول على معرفة جديدة والتفسير وإيجاد حلول للمشكلات.وهناك رأي آخر في تحديد أهداف البحث، هو كالتالي:

أولا: أهداف نظرية

ثانيا: أهداف عملية أو ميدانية أو تطبيقية

وهناك رأي ثالث يرى كتابة الأهداف بدون تصنيف وكتابتها في شكل:

1- ....

2- ....

3- ....

وبصفة عامة فإن أهداف أي بحث غالبا لا تخرج عن هذه الأهداف:

1- إلقاء الضوء على موضوع أو مشكلة البحث بهدف التوضيح والتفسير وتحقيق الفهم المطلوب.

2- إثراء المعرفة العلمية عن موضوع أو مشكلة البحث.

3- التنبؤ، وهو القدرة على توفير معطيات متوقعة عن قيم أحد المتغيرات البحثية بناء على حسابات لمتغيرات أخرى تتم باستخدام أساليب القياس الدقيقة.

4- المساهمة في اقتراح الحلول لمشكلات المجتمع. فالبحث العلمي يهدف أيضا إلى الحصول على معارف ومعلومات تساعد الإنسان على اختراع الآلات والأجهزة التي تخدم الإنسان وتزيد من رفاهيته، أيضا التوصل إلى معارف ومعلومات تساعد الإنسان على حل مشكلاته الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية والثقافية والسياسية... بل والوقاية منها.

5- المساهمة في تطوير وتحسين الممارسة المهنية.

وهناك عدد من المعايير التي يجب مراعاتها عند تحديد أهداف البحث، منها أن تكون أهداف البحث:

1- محددة بدقة.

2- واضحة.

3- مرتبطة بموضوع ومشكلة البحث.

4- قابلة للتحقيق.

5- أن تكون موضوعة في شكل أكثر من هدف.

وهناك خطأ شائع بين الباحثين يتمثل في الخلط بين أهداف البحث وأهميته، فالأهداف تجيب عن سؤال الباحث لنفسه: لماذا يجرى هذا البحث؟ أي توضح ما يسعى الباحث للوصول إليه من خلال إجراء بحثه. أما أهمية البحث فتعبر عما يضيفه البحث، بعد الانتهاء منه من فوائد إلى الميدان العملي ومجال التخصص.

وفي بحث للمؤلف عن "ثقافة الاختلاف ومهارة الحوار لدي الشباب الجامعي، دراسة ميدانية"، كانت أهداف البحث كالتالي:

1- التعرف على مفهوم الاختلاف وأسبابه ونتائجه في الوقت المعاصر
2- التعرف على مفهوم الحوار وأنواعه وعوامل فشله ونجاحه في الوقت المعاصر
3- رصد أوجه الاتفاق وعدم الاتفاق بين الطلاب والطالبات فيما يتعلق بثقافة الاختلاف
4- رصد أوجه الاتفاق وعدم الاتفاق بين الطلاب والطالبات فيما يتعلق بمهارة الحوار
5- تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات التي يمكن من خلال تنفيذها نشر ثقافة الاختلاف وتحسين مهارة الحوار مع الآخرين في الوقت المعاصر.

وفي بحث للمؤلف عن: تقييم برامج الجمعيات الخيرية (الأهلية) في مكافحة الإرهاب، كانت أهداف البحث كالتالي:

1- تحديد البرامج والأنشطة التي تقوم بها الجمعيات الخيرية (الأهلية) في مكافحة الإرهاب.
2- تقييم البرامج والأنشطة التي تقوم بها الجمعيات الخيرية (الأهلية) في مكافحة الإرهاب.
3- تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات لتطوير وتحسين برامج وأنشطة الجمعيات الخيرية (الأهلية) المتعلقة بمكافحة الإرهاب.

وفي مشروع بحثي للمؤلف عن حاجات ومشكلات الأسرة السعودية في إحدى المدن، كانت أهداف البحث كالتالي:

1- التعرف على الاحتياجات الأسرية غير المشبعة.
2- التعرف على المشكلات الأسرية.

3- تحديد الخدمات الأسرية الناقصة.

4- تحديد الدور المتوقع من الجمعيات الخيرية والمؤسسات الحكومية وذلك في إشباع هذه الاحتياجات ومواجهة هذه المشكلات.

أهمية البحث:

تشير أهمية البحث إلى:

1- ما الفوائد التي تترتب بعد تنفيذ البحث؟

2- ما المنافع التي سيتم الحصول عليها بعد تنفيذ البحث؟

3- ما مبررات إجراء البحث؟

4- ما الأسباب التي أدت إلى دراسة البحث؟

ويجب أن يراعي عند تحديد أهمية البحث الصفات التالية:

1- أن تكون مرتبطة بموضوع البحث.

2- أن تكون مرتبطة بأهداف البحث.

3- أن تكون قابلة للتحقيق.

4- أن ينتقي عبارات توحي بالتواضع عند التعبير عن أهمية البحث، كأن يكتب بعد عنوان أهمية البحث العبارة التالية: يمكن أن يفيد البحث الحالي في..........، أوقد يساهم البحث الحالي في........ فهذه العبارة تفيد احتمالية الاستفادة من البحث، وهي تعبر عن تواضع الباحث.

والآتي مثال على أهمية البحث في أحد المشروعات البحثية للمؤلف، وكانت بعنوان: دراسة ميدانية لحاجات ومشكلات الأسرة السعودية في إحدى المدن.

تنبع أهمية البحث من أهمية موضوعه في توفير البيانات والمعلومات عن الاحتياجات الأسرية غير المشبعة والمشكلات الأسرية للجمعيات الخيرية وللمؤسسات الحكومية بإحدى مدن المملكة العربية السعودية، مما يساعدها على تخطيط وتنفيذ برامجها المناسبة التي تهدف إلى إشباع هذه الاحتياجات ومواجهة هذه المشكلات.

1- قد يساهم البحث في تحديد دور الجمعيات الخيرية والمؤسسات الحكومية في إشباع الاحتياجات الأسرية غير المشبعة ومواجهة المشكلات الأسرية.

2- ضرورة استخدام الجمعيات الخيرية والمؤسسات الحكومية في إحدى المدن بالمملكة العربية السعودية للبحث العلمي كأحد أساليب تحقيق الاحترافية في الأداء وبناء الرؤى والخطط المستقبلية على أسس علمية ومنهجية في تحديد الاحتياجات والمشكلات الأسرية، للتوسع في المشروعات الحالية، والتخطيط للمشروعات المستقبلية.

3- يتمشى هذا البحث مع تطلعات الجمعيات الخيرية والمؤسسات الحكومية نحو الجودة والتحسين والتطوير، مما يجعل بياناته ومعلوماته قد تساهم في زيادة كفاءة وفاعلية الخدمات التي تقدمها هذه الجمعيات والمؤسسات في مجال رعاية الأسرة.

تحديد تساؤلات البحث:

يبدأ البحث بسؤال في ذهن الباحث، فالإنسان محب للاستطلاع فهو ينظر إلى الظواهر التي تثير حب الاستطلاع ومن ثم يطرح الأسئلة المناسبة المتعلقة بمشكلة البحث. وتساؤلات البحث هي مجموعة من الأسئلة التي يطرحها الباحث حول مشكلة البحث ويهدف البحث إلى الإجابة عنها. ويجب أن لا تكون سؤال واحد أو تكون أسئلة كثيرة.

ويمكن أن تتمثل أسئلة البحث في طرح سؤال بحثي رئيسي واحد أو أكثر، على أن يتم وضع أسئلة فرعية مرتبطة بكل سؤال رئيسي. ويجب مراعاة أن تكون أسئلة البحث مباشرة وواضحة وكل سؤال يهتم ببعد واحد أو مظهر واحد أو عامل واحد أو جانب واحد من أبعاد أو مظاهر أو عوامل أو جوانب المشكلة البحثية.

ومن أمثلة تساؤلات البحث نقدم التساؤلات التالية في بحث للمؤلف عن " دور الأخصائي الاجتماعي في تعزيز أنسنة العمل في المستشفيات ":

1- ما الدور الفعلي للأخصائيين الاجتماعيين في تعزيز أنسنة العمل في المستشفيات؟

2- ما الدور المتوقع للأخصائيين الاجتماعيين في تعزيز أنسنة العمل في المستشفيات؟

3- ما أهم معوقات تعزيز أنسنة العمل في المستشفيات؟

4- ما مقترحات التغلب على معوقات تعزيز أنسنة العمل في المستشفيات؟

وفي بحث آخر للمؤلف عن "ثقافة الاختلاف ومهارة الحوار لدي الشباب الجامعي، دراسة ميدانية "، كانت تساؤلات البحث كالتالي:

1- ما أسباب الاختلاف مع الآخرين في الوقت المعاصر من وجهة نظر عينة الدراسة؟

2- ما نتائج الاختلاف مع الآخرين في الوقت المعاصر من وجهة نظر عينة الدراسة؟

3- ما عوامل نجاح الحوار مع الآخرين من وجهة نظر عينة الدراسة؟

4- ما عوامل فشل الحوار مع الآخرين من وجهة نظر عينة الدراسة؟

وفي بحث للمؤلف عن: "تقييم برامج الجمعيات الخيرية (الأهلية) في مكافحة الإرهاب"، كانت تساؤلات البحث كالتالي:

1- ما البرامج والأنشطة التي تقوم بها الجمعيات الخيرية (الأهلية) في مكافحة الإرهاب؟

2- ما خصائص البرامج والأنشطة التي تقوم بها الجمعيات الخيرية (الأهلية) في مكافحة الإرهاب؟

3- ما جوانب القوة (المناطق الإيجابية) في البرامج والأنشطة التي تقوم بها الجمعيات الخيرية (الأهلية) في مكافحة الإرهاب؟

4- ما جوانب الضعف (المناطق السلبية) في البرامج والأنشطة التي تقوم بها الجمعيات الخيرية (الأهلية) في مكافحة الإرهاب؟

وفي مشروع بحثي للمؤلف عن "حاجات ومشكلات الأسرة في إحدى مدن المملكة العربية السعودية" كانت تساؤلات البحث كالتالي:

1- ما الاحتياجات الأسرية غير المشبعة في هذه المدينة؟

2- ما المشكلات التي تعاني منها الأسر في هذه المدينة؟

3- ما الخدمات الأسرية الناقصة في هذه المدينة؟

4- ما الدور المتوقع من الجمعيات الخيرية في هذه المدينة وذلك في إشباع هذه الاحتياجات ومواجهة هذه المشكلات؟

5- ما الدور المتوقع من المؤسسات الحكومية في هذه المدينة وذلك في إشباع هذه الاحتياجات ومواجهة هذه المشكلات؟

وفي دراسة عن "تفعيل الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية في مواجهة التطرف الفكري لدي الشباب الجامعي" قام بها كل من الباحث مصطفي الفقي والباحث محمد أبو الحمد بجامعة الأزهر، كانت تساؤلات الدراسة كالتالي:

1- ما مستوى الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية في مواجهة التطرف الفكري لدى الشباب الجامعي؟

2- ما أهم معوقات الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية في مواجهة التطرف الفكري لدى الشباب الجامعي؟

3- ما مقترحات تفعيل الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية في مواجهة التطرف الفكري لدى الشباب الجامعي؟

صياغة فروض البحث:

في الغالبية العظمي من البحوث يقوم الباحث بوضع تساؤلات للبحث. وفي بعض البحوث التي يتوفر عن موضوعاتها معارف كثيرة يقوم الباحث بوضع فروض Hypotheses للبحث. أما البحوث والدراسات الاستطلاعية أو الكشفية ليس صحيح علميا وضع فروض للبحث نظرا لقلة المعارف المتاحة أمام الباحث في هذا النوع من البحوث والدراسات.

والفرض Hypothesis هو عبارة عن محاولة وهمية للباحث لتفسير ظاهرة ما أو مشكلة ما أو حدث ما. ويعرف إسماعيل حسن الفرض بأنه قضية تصورية تحاول أن تقيس العلاقة بين أثنين أو أكثر من المتغيرات والأفكار.

ومن شروط الفروض البحثية الجيدة، أن تكون مرتبطة بمشكلة البحث، وموضوعية، وواقعية، وتنسجم مع الحقائق العلمية، وأن تفسر وتقدم حلول، وأن تكون واضحة، وقابلة للتحقق من صدقها أو عدم صدقها...

والباحث يحاول جمع البيانات والمعلومات لإثبات صدق أو عدم صدق فروض البحث سواء بدرجة ثقة 95 % أو بدرجة ثقة 99 %. والأفضل اختبار الفروض في العلوم الإنسانية والاجتماعية بدرجة ثقة 95 %، حيث من الصعب التحقق من موضوعات العلوم الإنسانية والاجتماعية (التي تتعامل مع الإنسان) بنفس الدقة الممكنة في العلوم الطبيعية (التي تتعامل مع الجماد).

ويتكون الفرض العلمي من متغيرين أو أكثر. والمتغير Variableمصطلح يدل على صفة محددة تتناول قيمة أو صفة أو خاصية معينة مرتبطة بموضوع البحث وتقبل الملاحظة أو القياس. ومن هذه المتغيرات: النوع والسن واللون والطول والوزن والمستوي التعليمي والدخل...

وغالبا ما يتكون الفرض من عنصرين أساسيين هما: المتغير المستقل Independent ويطلق عليه أحيانا الرمز X والمتغير التابع Dependent ويطلق عليه أحيانا الرمز Y. ويقصد بالمتغير المستقل بأنه الذي يؤثر في المتغير التابع. بينما المتغير التابع هو الذي يتأثر بالمتغير المستقل. وفي دراسة أخرى قد يُعتبر المتغير المستقل متغيرا تابعا، أو قد يُنظر إلى المتغير التابع كمتغير مستقل. فعلي سبيل المثال في إحدى البحوث كان هناك هذا الفرض: هناك علاقة طردية بين درجة الذكاء ومستوي التحصيل الأكاديمي. بينما في دراسة أخرى كان هناك الفرض التالي: هناك علاقة طردية بين التغذية السليمة ودرجة الذكاء لدي الطفل.

وفي بعض الأحيان يتكون الفرض من متغير مستقل ومتغير وسيط ومتغير تابع. ويقصد بالمتغير الوسيط والذي يطلق عليه أحيانا رمز Z. ويقصد به بأنه العامل الذي بوجوده يحدث التفاعل أو التأثير بين المتغير المستقل والمتغير التابع، وفي حالة عدم وجوده لا يحدث التفاعل فيما بينهم. وهناك من يعرف المتغير الوسيط بأنه عامل من العوامل المتصلة بمشكلة البحث والذي يتداخل تأثيره بين المتغير المستقل والمتغير التابع (أحمد عليق: 2013).

وهناك علاقات متنوعة بين المتغير المستقل والمتغير المتابع:

1- فمن أنواع هذه العلاقات العلاقة السلبية / الصفرية، بمعني أنه لا يوجد علاقة بين المتغيرين، وفي هذه الحالة نقول على هذا الفرض مصطلح الفرض الصفري.

2- وقد تكون العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع علاقة ايجابية / غير صفرية (عكس العلاقة الصفرية) بمعني أن هناك علاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

3- وقد تكون هذه العلاقة طردية بمعني أنه كلما زاد المتغير المستقل زاد المتغير التابع، أو أنه كلما قل المتغير المستقل قل المتغير التابع

وقد تكون هذه العلاقة عكسية، بمعني أنه كلما زاد المتغير المستقل قل المتغير التابع أو كلما قل المتغير المستقل زاد المتغير التابع.

ومن أمثلة صياغة الفروض:

1- هناك علاقة بين مشاهدة أفلام العنف وزيادة السلوك العنيف بين أعضاء الأسرة.

2- توجد علاقة بين التدخين والإصابة بمرض السرطان.

3- لا توجد علاقة بين الفقر والسلوك الإجرامي.

4- لا توجد علاقة بين النوع (ذكر وأنثي) والتفوق الدراسي.

5- هناك علاقة صفرية بين المستوى التعليمي لدي الزوج والزوجة وحدوث الطلاق بينهما.

6- هناك علاقة طردية بين درجة الذكاء ومستوي التحصيل الأكاديمي.

7- هناك علاقة عكسية بين الأمية ومستوي الدخل.

8- استخدام الوسائل السمعبصرية يؤدي إلى زيادة التحصيل الدراسي لدي التلاميذ / الطلاب.

9- اشتراك الطالب في الأنشطة المدرسية يزيد من ثقته بنفسه.

10- هناك فروق جوهرية (معنوية) بين الطلاب والطالبات فيما يتعلق بثقافة الاختلاف لديهم.

11- هناك فروق جوهرية (معنوية) بين الطلاب والطالبات فيما يتعلق بمهارة الحوار لديهم.

12- ليس هناك فروق جوهرية (معنوية) بين رأي الخبراء ورأي المسئولين فيما يتعلق بمعوقات التنمية في المنطقة التي يتم دراستها.

13- هل هناك علاقة جوهرية بين الخصائص الديموجرافية للأسرة في عينة الدراسة والحاجات غير المشبعة لديها؟

14- هل هناك علاقة جوهرية بين الخصائص الديموجرافية للأسرة في عينة الدراسة والمشكلات التي تعاني منها؟

15- الأخصائيون الاجتماعيون الذين يتقبلون عملاءهم، يساهمون بدرجة أكبر في الصحة النفسية لعملائهم، من الأخصائيين الاجتماعيين الذين لا يتقبلون عملاءهم.

16- كلما زاد عدد العملاء الذين يتعامل معهم الأخصائي الاجتماعي كلما زاد معدل الاحتراق الوظيفي لديه.

17- يؤدي استخدام المدخل الوقائي من منظور الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية إلى حماية عاملات المنازل من المخاطر التي تتعرض لها.

التعريفات الموجودة في البحث:

المفهوم Concept هو الوسيلة الرمزية Symbolic التي يستعين بها الإنسان للتعبير عن المعاني والأفكار المختلفة بغية توصيلها لغيره من الناس. ويعرف عبد الفتاح عثمان وآخرون (1980) المفهوم بأنه وصف تجريدي لوقائع ملحوظة.

وتعبر المفاهيم دائماً عن الصفات المجردة التي تشترك فيها الأشياء والوقائع والحوادث دون أن تعني واقعة أو حادثة بعينها، أو شيئاً بذاته. وعلى الباحث أن يحدد المفاهيم الرئيسية في بحثه، والتي غالباً ما تكون مذكورة في عنوان بحثه.

فعلى سبيل المثال في بحث عن "علاقة الانتحار بالعوامل الاجتماعية"، فإن الباحث عليه أن يحدد ويعرف مفهوم الانتحار، ومفهوم العوامل الاجتماعية. مثال آخر في دراسة عن "مشكلة الإدمان لدى الشباب"، فإن الباحث عليه أن يحدد ويعرف مفهوم الإدمان ومفهوم الشباب. ومثال ثالث في دراسة "المخاطر التي تواجه الأخصائيين الاجتماعيين في السجون"، فإن الباحث يحدد ويعرف مفهوم المخاطر ومصطلح السجون...

وعند تحديد مفاهيم البحث لا بد أن يراعي الباحث الآتي:

1- التعريف Definition الدقيق والواضح لهذه المفاهيم دون غموض أو تأويل.

2- الرجوع إلى قواميس Dictionaries اللغة سواء العربية أو الأجنبية لتحديد المعنى اللغوي للمفهوم.

3- الاستفادة من التعريفات السابقة للمفهوم المتوفرة في الدراسات السابقة أو في الكتب أو المراجع.

4- تحديد الخصائص البنائية والوظيفية للمفهوم، فتعريف القانون Law بأنه مجموعة من القواعد العامة المجردة والمكتوبة التي تتصف بصفة القسر والإجبار والتي تضعها الدولة، يعتبر تعريفاً بنائياً. أما تعريف القانون بأنه يهدف إلى تنظيم سلوك الأفراد في إحدى مجالات الحياة، ليحقق النظام العام في المجتمع، يعتبر تعريفاً وظيفياً.

5- تحديد مصطلحات Terms المفهوم أي مشتقاته. فعلى سبيل المثال مصطلحات مفهوم التفاعل هي: التفاعل الداخلي والتفاعل الخارجي والتفاعل الايجابي والتفاعل السلبي. ومصطلحات مفهوم المنظمة هي: التنظيم الرسمي والتنظيم غير الرسمي والمنظمة المغلقة والمنظمة المفتوحة.وبعد تقسيم المفهوم إلى مصطلحات (المفهومات المشتقة) يتم تحويلها إلى متغيرات ومؤشرات، ثم يتم ترجمتها إلى أسئلة في أداة جمع البيانات.

6- تحديد المفهوم بشكل إجرائي Operational، بمعنى تعريف المفهوم باستخدام ما يتبع في ملاحظته أو قياسه أو تسجيله. فعلى سبيل المثال: التعريف الإجرائي للشخصية هو ما يقيسه مقياس الشخصية. والتعريف الإجرائي للذكاء هو ما يقيسه مقياس الذكاء، وتحسبه المعادلة التالية:

$$\text{نسبة الذكاء} = \frac{\text{العمر العقلي}}{\text{العمر الزمني}} \times 100$$

مرة أخرى يجب التأكيد على أن يقوم الباحث بتحديد المفاهيم والمصطلحات الرئيسية في البحث على أن يراعى فيها: أن يكون كل تعريف من التعريفات جامعاً مانعاً غير ناقصا ولا مجتزأ. أيضا عليه أن يقوم يعرف الأنواع التالية من التعريفات والاستفادة منها كالتالي:

1- التعريف اللغوي Language Definition (بالاستفادة من قواميس اللغة العربية والأجنبية).

2- التعريف الشخصي للمؤلفين Personal Definition، وهنا يقوم الباحث بعرض بعض تعريفات المـؤلفين للمفهوم.

3- التعريف العاملي Working Definition(منبثق من التعريفات الشخصية للمؤلفين) وهو مكون من مجموعة من النقاط التي تُعرف المفهوم بشكل شامل ومتكامل من خلال تحديد أهداف وعناصر وأبعاد المفهوم...

4- التعريف الإجرائي Operational Definition وهـو تعريـف المفهـوم بمـا يُـستخدم في قياسـه (مثـال: الذكاء هو قدرة عقلية لدي الإنسان سيتم قياسها في البحث باستخدام مقياس بنيه للذكاء).

مراجع الفصل

أولا: المراجع العربية

1- أحمد محمد يوسف عليق وآخرون: **مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2013).

2- جلال عبد الفتاح منصور: **البرنامج التدريبي تنمية مهارات الباحثين** (القاهرة والفيوم: الجمعية العربية للتنمية البشرية والبحث العلمي، أغسطس 2015).

3- ديوبولد فان دالين: **مناهج البحث التربية وعلم النفس**، ترجمة محمد نبيل وآخرون (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1985).

4- زينب الأشوح: **طرق وأساليب البحث العلمي** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2014).

5- سماح سالم سالم ونجلاء محمد صالح: **طرق البحث في الخدمة الاجتماعية** (عمان: دار المسيرة، 2015).

6- عادل الريان: **مناهج وأخلاقيات البحث العلمي** (القاهرة: برنامج اليونسيف للتنمية، 2012).

7- عبدالباسط محمد حسن: **أصول البحث العلمي الاجتماعي** (القاهرة: مكتبة وهبة، ط 8، 1982).

8- على عبدالمعطي محمد ومحمد السرياقوسي: **أساليب البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح، 1988) .

9- على عسكر وآخرون: **مقدمة في البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح، 1992).

10- على معمر عبد المؤمن: **البحث في العلوم الاجتماعية** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2008).

11- ماهر جمال الدين على: **البحث الأمني العلمي** (القاهرة: أكاديمية الشرطة، 1993).

12- محمد شفيق: **البحث العلمي** (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 1994).

13- محمد صادق إسماعيل: **البحث العلمي بين الواقع والمأمول** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2016).

14- محمود السيد أبو النيل: **علم النفس الاجتماعي** (القاهرة: دار النهضة العربية، ط 4، 1985).

15- محمود محمد محمود وآخرون: **البحث الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية** (القاهرة: مكتبة زهراء الشرق، 2007).

16- مدحت محمد أبو النصر: **قواعد ومراحل البحث العلمي** (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2004).

17- مدحت محمد أبو النصر: **البحث العلمي لظاهرة الانحراف والجريمة** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، ط2، 2014).

18- مدحت محمد أبو النصر: **البحث العلمي لظاهرة الانحراف الاجتماعي** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، ط2، 2015).

19- مدحت محمد أبو النصر: **البرنامج التدريبي تنمية مهارات الباحثين** (القاهرة والفيوم: الجمعية العربية للتنمية البشرية والبحث العلمي، أغسطس 2015).

ثانيا: المراجع الأجنبية

1- David Dooley: **Social Research Methods** (N.Y.: Prentice Hall, Inc., 1984).

2- D.J. Casley & D.A. Lury: **Data Collection in Developing Countries** (Oxford: Clarendon Press, 1982).

3- F.M. Loewenberg: **Fundamentals of Social Intervention** (N.Y.: Columbia University Press , 1983).

4- Fredrick Weteny: **The Elements of Research** (N.J.: Prentice Hall, 1950).

5- K.D. Hopkins & J.C. Stanley: **Educational and Psychological Measurement and Evaluation** (N.Y.: Prentice Hall, Inc., 1981).

6- Louise H. Kidder & Charles M. Judd: **Social Research Relations Methods** (N.Y.: CBS Publishing , 5th. ed., 1986)

7- Medhat M. Abo El Nasr & Martin Read: "How Many People Should I Tolk To? The Classic Problem of Appropriate Sample Size in Survey

Research", Social Research Unit, **Research Guide Series**, No. 4, Univ. of Wales, 1991.

8- Nan Lin**: Foundations of Social Research** (N.Y.: Mc Graw - Hill, 1976).

9- P. Leedy: **Practical Research** (London: Collier Macmillan, 1974).

ثالثا: مواقع شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)

- http://kenanaonline.com/users/malshaarawy/posts/
- http://www.alukah.net/web/khedr/0/51829aculty.mu.edu.sa/download.php…
- https://.facebook.com/AsasyatAlbhthAllmy Research Method
- https://sites.google.com/site/mnahjal/Home/mydyw/aldrs-alrab/shrwt-alnwan-aljyd
- https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A3%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%A

الفصل السابع

أنواع ومناهج البحث

في الخدمة الاجتماعية

ويشتمل النقاط التالية:

- أنواع البحوث في الخدمة الاجتماعية
- أنواع مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية

الفصل السابع

أنواع ومناهج البحث في الخدمة الاجتماعية

أنواع البحوث في الخدمة الاجتماعية:

هناك أنواع / أنماط عديدة من البحوث والدراسات، وعلى الباحث أن يحدد نوع البحث المناسب لبحثه في ضوء أهداف البحث وكمية المعلومات المتوفرة عن موضوع البحث، وتنقسم البحوث إلى ثلاثة أنواع وهي:

التصنيف الأول: البحوث حسب طبيعتها

1- بحوث أساسية:

البحوث الأساسية Basic / Pure Research هي بحوث تهدف إلى إثراء العلم بالحقائق والنظريات والقوانين العلمية.

2- بحوث تطبيقية:

البحوث التطبيقية Applied Research هي بحوث تهدف إلى الاستفادة من العلم في خدمة المجتمع عن طريق الوصول إلى حلول للمشكلات في المجتمع في مختلف مجالات الحياة والعمل.

التصنيف الثاني: البحوث حسب طريقة جمع البيانات

1- بحوث نظرية - مكتبية **Library Research**

حيث تعتمد هذه البحوث على مسح الأدبيات Literature Survey المتعلقة بموضوع البحث، واستخدام المنطق والتحليل والمقارنة والاستنباط للوصول إلى نتائج البحث.

وكثير من البحوث القانونية تتصف بأنها بحوث نظرية - مكتبية. حيث يقوم الباحث في الموضوعات القانونية بقراءة المراجع القانونية القديمة والحديثة عن موضوع بحثه، ويقوم بتدقيق السياسة التشريعية للنظام القانوني الذي يدرسه ويحلله، وتمحيص آراء الفقهاء، ودراسة السياسة القضائية،... ثم أخيراً يقوم الباحث بالاستنتاج والوصول إلى إجابات عن تساؤلات بحثه.

2- بحوث ميدانية **Field Research**

البحوث الميدانية أو التطبيقية Applied Research تعتمد على الاستقراء والنزول إلى الميدان وجمع البيانات من مجتمع البحث أو عينة منه بواسطة أدوات مثل: الملاحظة والمقابلة والاستبيان...

التصنيف الثالث: البحوث من حيث مستوياتها

1-البحوث القصيرة:

وهى تلك البحوث التي يطلبها الأستاذ في أحد المواد لتشجيع الطالب على زيادة المعرفة لديه و ذلك بطريقة منهجية و دون إضافة للعلم من خلالها.

2- رسالة الماجستير:

بعد حصول الشخص على درجة البكالوريوس بتقدير جيد جدا أو امتياز يمكن الالتحاق إلى برنامج الماجستير، فعليه أن يجتاز من سنة أو سنتين (حسب نظام كل جامعة) كمرحلة تمهيدية قبل تسجيل رسالة الماجستير الخاصة به، والتي يكون مدتها حد أدني سنة ميلادية كاملة. وبصفة عامة يتم النظر إلى رسالة الماجستير على أنها عملية تعليمية، لذا عند فحص وتقييم وتحكيم رسالة الماجستير لا يتم التركيز على كونها قدمت إضافة جديدة للعلم أو للمهنة، وإنما يتم التركيز على هل الباحث في رسالته تعلم مراحل وقواعد البحث العلمي وقام بتطبيقها بالشكل السليم والمناسب والموضوعي والمهني المطلوب أم لا. وهل قام بتوضيح النتائج التي توصل إليها من بلورة وجهات النظر المختلفة و المواد العلمية التي حصل عليها بترتيب منطقي داخل الرسالة مع الإشارة إلى مصادرها بأمانة أم لا.

3- رسالة الدكتوراه:

الباحث الذي انتهي من الحصول على درجة الماجستير يمكنه حضور سنة أو سنتين (حسب نظام كل جامعة) كمرحلة تمهيدية قبل تسجيل رسالة الدكتوراه الخاصة به، والتي يكون مدتها حد أدني سنتين ميلاديتين كاملتين. وفي رسالة الدكتوراه لابد من أن يظهر الباحث قدرته العلمية الواضحة على إجراء بحث علمي متميز معتمدا على نفسه. و يجب أن يكون الباحث في رسالة الدكتوراه قد أضاف شيئا جديدا للعلم أو للمهنة التي ينتمي إليها, فالنتائج التي يتوصل إليها من خلال الرسالة يجب أن تجعله من الأشخاص المعترف بهم بواسطة آخرين في مجال التخصص.

4- بحوث الترقية:

وهي تلك البحوث التي يقوم بها أعضاء هيئة التدريس في الجامعات والكليات والمعاهد، وذلك بعد حصولهم على درجة الدكتوراه. ويقوم أعضاء هيئة التدريس بهذه البحوث بهدف الترقية إلى درجة أستاذ مساعد ودرجة أستاذ. وهذه الأبحاث يتم نشرها في مجلات ومؤتمرات علمية محكمة، ثم يتم إعادة فحصها وتحكيمها بعد ذلك في لجان الترقية التي يشكلها المجلس الأعلى للجامعات، أو التي تشكلها الجامعات من محكمين داخليين ومحكمين خارجيين. ومعظم هذه البحوث جيدة وتساهم في إثراء المعرفة وتطوير الممارسة في الميدان...

التصنيف الرابع: البحوث حسب أهدافها

1-البحوث الاستطلاعية أو الاستكشافية أو الكشفية:

إذا كان موضوع البحث الذي اختاره الباحث جديد أو بكر أو كمية المعلومات قليلة ولا يوجد بحوث ودراسات السابقة أو نادرة والباحث يجهل الكثير من موضوع بحثه، فيقوم الباحث بالاسترشاد بنمط البحوث الاستطلاعية Exploratory Research.

وهذا ما حدث بالفعل عندما قام المؤلف بدراسة موضوع مشكلة أطفال الشوارع في مصر وذلك في بداية التسعينيات من القرن العشرين، وكانت المشكلة جديدة ولم يكن

هناك أحد من الباحثين في مصر قام بدراستها ميدانيا من قبل، لـذا قـام المؤلـف باختيـار نمـط البحـث الاستطلاعي أو الكشفي لدراسة هذا الموضوع.

2- البحوث الوصفية:

يـستخدم الباحـث البحـوث الوصـفية Descriptive Research عنـدما تكـون هنـاك بعـض البحـوث والدراسات السابقة وعندما يكون هناك معلومات عديدة عن موضوع البحث...

وتهدف البحوث الوصـفية أو التحليليـة أو التشخيـصية إلى وصـف موضـوع البحـث أو المـشكلة وتحديدها كميا أو كيفيا. فالبحوث الوصفية تهدف إلى دراسة الحقائق الراهنـة المتعلقـة بطبيعـة ظـاهرة معينة أو موقف معين أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع.

وتسعى البحوث الوصفية إلى الحصول عن كل أو بعض الإجابات عن الأسـئلة الخمـسة التاليـة: مـن Who؟ ماذا What؟ متى When؟ أين Where؟ وكيف How؟ وذلك عن مشكلة البحث.

والدراسات الوصفية قد تكون كيفية أو كمية أو الاثنين معاً. فالدراسات الكيفية Qualitative هي التي تهتم بوصف موضوع أو مشكلة البحث باستخدام المفاهيم والمصطلحات، وبشكل غـير عـددي أو غير رقمي. والهدف هنا هـو جمـع المعلومـات الوصـفية التـي يـتم اسـتخدامها مـن كلـمات المبحـوث اللفظية سواء مكتوبة أو غير مكتوبة، ومن خلال ملاحظة سلوكيات المبحوث أثناء المقابلة أو باستخدام أداة الملاحظة.

بيـنما الدراسـات الكميـة Quantitative تهـتم بوصـف موضـوع أو مـشكلة البحـث باسـتخدام الأرقـام والنسب المئوية والتراكمية والمقاييس الإحصائية... هذا ويـنـصح عنـد دراسـة أو تحليـل أي موضـوع أو مشكلة بحث، استخدام أسلوبي الوصف الكيفي والكمي، نظراً لأن هـذا الأسـلوب يجمـع بـين مميـزات الدراسـات الكيفيـة والكميـة ويتجنـب عيـوبهما. فبواسـطة الكلمـة والـرقم يمكـن تحقيـق فهـم أدق للموضوع. فكلاهما لازم للآخر ومكمل له.

3- بحوث تاريخية:

البحوث التاريخية Historical Research تهتم بوصف وتفسير الأحداث والوقائع التاريخية التي حدثت في الماضي. وهذا بدوره يساعدنا في فهم الحاضر بل والتنبؤ بالمستقبل. ويجب أن نلاحظ أن البحوث التاريخية لا تعتمد فقط على روايات شهود العيان وغيرهم ممن يصنعون الأحداث فهناك أيضا المستندات والوثائق التي يتم استخدامها لاختبار الفرضيات وتحليل النتائج ومناقشتها.

ففي دراسة لرونالد والتون Ronald Walton - من جامعة ويلز في بريطانيا -عن المرأة والخدمة الاجتماعية، استخدم الباحث نمط البحث التاريخي للتعرف على دور المرأة في بدايات ظهور مهنة الخدمة الاجتماعية وكيف أنه كان لها دور رائد في نشأة هذه المهنة، وفي كونها من أوائل الذين مارسوا هذه المهنة، وأنها من أوائل من نشر كتب وأبحاث في مهنة الخدمة الاجتماعية وعلى رأس هؤلاء ماري ريتشموند...

4- بحوث تقويمية:

البحوث التقويمية Evaluative Research هي وسيلة موضوعية تستهدف رصد الايجابيات والسلبيات أو مناطق القوة أو مناطق الضعف، والكشف عن حقيقة التأثير الكلى أو الجزئي لبرنامج من البرامج أو مشروع من المشروعات أثناء سريانه في مجال التنفيذ (تقويم مرحلي)، أو بعد تنفيذه والانتهاء منه (تقويم نهائي). ومن نتائج هذا النمط من البحوث تقديم مجموعة من المقترحات والتوصيات لتحسين وتطوير البرنامج أو المشروع، أو تقديم الدروس المستفادة للبرامج وللمشروعات المستقبلية. ومن أنماط البحوث التقويمية: أبحاث المتابعة، أبحاث تقييمية، أبحاث التغذية العكسية، أبحاث تقويمية هدفها التطوير والتحسين.

ومن أمثلة هذه البحوث بحث للمؤلف عن تقييم برامج المسئولية الاجتماعية في المجال الصحي التي تقدمها شركات الاتصالات في مصر. وفي هذا البحث تم تحديد برامج المسئولية الاجتماعية في المجال الصحي التي تقدمها شركات الاتصالات في مصر، وتحديد الفئات المستهدفة، والمناطق المستهدفة، والفوائد المترتبة على هذه البرامج، والجوانب الإيجابية

والسلبية لهذه البرامج، ومقترحات تدعيم الجوانب الإيجابية والتغلب على الجوانب السلبية لهذه البرامج...

5- البحوث التجريبية:

التجربة Experiment هي عملية ملاحظة وقياس ظاهرة ما بعد تعديلها جزئيا أو كليا أو بعد إدخال المتغير التجريبي عليها لمعرفة هل حدث بها تغيير أم لا وما هي درجة ونوع هذا التغيير بالمقارنة بالوضع قبل تطبيق التجربة.

ومن أهم خصائص أي تجربة الضبط والتحكم Control، بمعنى تثبيت بعض المتغيرات المتعلقة بالموقف البحثي والتي قد تظهر أثناء دراسة العلاقة بين المتغير التجريبي والمتغير التابع. ومن أنواع الضبط والتحكم:

1- الضبط المادي والذي يتعلق بضبط الظروف المادية والمكانية التي تجري فيها التجربة.
2- الضبط الإنتقائي ويتحقق باختيار بعض المتغيرات ذات الأثر على المتغير التابع وتثبيتها (على معمر عبد المؤمن: 2008).

وغالباً ما يلجأ الباحث إلى اختيار مجموعة ضابطة (أو أكثر) وأخرى تجريبية (أو أكثر) على أن يكونا متكافئتان (متجانستان) من حيث المتغيرات الهامة في الدراسة (مثل: العمر والجنس والدخل والجنسية والتعليم...). ثم يقوم الباحث بالقياس القبلي للمجموعتين. ثم يقوم بإدخال المتغير التجريبي (على سبيل المثال: دواء جديد، أسلوب جديد في تدريس احد المواد، برنامج اجتماعي، دورة تدريبية لتحسين مهارات الأخصائي الاجتماعي...) على المجموعة التجريبية فقط. ثم يقوم الباحث بالقياس البعدي للمجموعتين. ثم يقوم بمقارنة نتائج القياس القبلي والبعدي فإذا وجد فروقاً جوهرية (حقيقية) من الناحية الإحصائية بين القياس في المرة الأولى والمرة الثانية افترض أنها ترجع إلى المتغير التجريبي.

الباحث يلجأ إلى المنهج التجريبي لتحديد هل المتغير التجريبي له تأثير على مجموعة من الناس أم لا؟ والباحث عليه تطبيق التجربة على المجموعة التجريبية، ويحاول في ذلك تطبيق عناصر التجربة (الدقة والتحديد والعزل والضبط والتحكم) قدر الإمكان، حتى لا تكون نتيجة التجربة راجعة لعوامل أخرى غير المتغير التجريبي.

وعلى الباحث أن يختار مجموعة أخرى من الناس لا يطبق عليهم المتغير التجريبي، ويطلق على هذه المجموعة بالمجموعة الضابطة. أخيرا فإن البحوث التجريبية هي تلك الدراسات التي تتحكم في المتغيرات المؤثر في ظاهرة ما باستثناء متغير واحد يقوم الباحث بتطويعه أو تغيره بهدف تحديد وقياس تأثيره على الظاهرة موضوع الدراسة أو البحث.

نقطة أخيرة ومهمة هو أن الباحث عليه اختيار التصميم التجريبي المناسب لبحثه من ضمن التصميمات التجريبية التالية على سبيل المثال:

1- قياس مجموعة واحدة (المجموعة التجريبية) قبل التجربة وبعدها.

2- القياس قبل التجربة للمجموعة الضابطة وبعد التجربة للمجموعة التجريبية.

3- القياس بعد التجربة فقط للمجموعتين التجريبية والضابطة.

4- مجموعة تجريبية واحدة ومجموعتان ضابطتان.

5- مجموعة تجريبية وثلاث مجموعات ضابطة.

وعندما يختار الباحث البحوث التجريبية كنوع مناسب لبحثه أو دراسته، فسيكون المنهج المناسب لبحثه أو دراسته هو المنهج التجريبي والذي سيتم شرحه لاحقا في نفس الفصل.

6- البحوث شبه تجريبية:

عندما تكون التجربة على موضوعات اجتماعية وإنسانية يفضل هذا النوع من البحوث. فنحن نستطيع أن نطبق المفهوم الكامل للتجربة (الدقة/ التحديد/ العزل/ الضبط/ التحكم) على المواد والسوائل والجماد في الطبيعة . بينما لا يمكن تحقيق كل هذه العناصر على الإنسان وعلى الموضوعات الاجتماعية والإنسانية. وفي ضوء ذلك نطلق على البحوث التجريبية عند تطبيقها في الإنسان أي في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية وفي مهنة الخدمة الاجتماعية فإننا نطلق عليها بحوث شبه تجريبية Semi Experimental Research .

وبكلمات أخرى فإنه نظرا لصعوبة تطبيق المنهج التجريبي على الكثير من الظواهر الإنسانية ودراستها في الواقع الفعلي، فإن الباحث يلجأ إلى المنهج شبه التجريبي، والذي يقوم على دراسة الظواهر الإنسانية كما هي دون تغيير. وتظهر هذه الصعوبات عندما لا

يستطيع الباحث الحصول على تصاميم تجريبية حقيقية مما يجعله يلجأ إلى البحث شبه التجريبي الذي يتوافق مع طبيعة الظواهر الإنسانية، ويحاول تعظيم الصدق الداخلي والخارجي على حد سواء.

ويكون الأمر جليا عندما لا يكون من الممكن تعيين أو اختيار مفردات عشوائية للتجربة، إذ يستلزم الأمر أن يلجأ الباحث إلى الاعتماد على المجتمع، وبالتالي حتمية استخدام المجتمع الفعلي، فمثلا لو أراد باحث أن يختبر تأثير ربط حزام الأمان على مستوى الحوادث في مدينتين مختلفتين، ففي هذه الحالة لا يمكن استخدام المنهج التجريبي في تلك الدراسة.

ولكن يمكن للباحث استخدام المنهج الشبه تجريبي فيأخذ سائقي السيارات في إحدى المدينتين كمجموعة تجريبية ويأخذ الأخرى كمجموعة ضابطة، ويطبق قانون ربط حزام الأمن على المدينة التجريبية لفترة زمنية، ثم يقارن بين مستوى الحوادث فيها بمستوى الحوادث في المدينة الضابطة.

لقد تعددت تصاميم البحوث الشبه تجريبية التي تم استخدامها، ومن تلك التصاميم ما حدده كامبل و ستانلي 1971م حيث أوردا الكثير من التصاميم الشبه تجريبية، والتالي فكرة عن أحد هذه التصاميم:

تصميم المجموعات غير المتكافئة: هذا التصميم يبدو شبيها بالتصميم التجريبي القبلي – البعدي، والفرق بينهما هو أن تصميم المجموعات هنا غير متكافئ. فعلى سبيل المثال، نجد أنه لا يمكن تقسيم الأفراد بين المجموعتين التجريبية والضابطة في التصميم شبه التجريبي عن طريق التعيين العشوائي مع أن معالجة المجموعات يجب أن تتم عشوائيا ما أمكن.

كما أن غياب القدرة على تقسيم الأفراد بين المجموعتين عشوائيا يضيف عائق آخر من عوائق الصدق في هذا التصميم لأن الباحث يضطر إلى التعامل مع المجموعتين القائمتين كما هما عند إجراء الاختبار القبلي، وعند المعالجة أو إجراء الاختبار البعدي، هذا بالإضافة إلى أن هذا التصميم يواجه بعض الصعوبات الناتجة عن الانحدار الإحصائي، وعوامل التفاعل بين عوامل الاختيار والنضج والتاريخ والاختبار.

ولذا فإن على الباحث التعرف على الفروق بين المجموعات ليتمكن من السيطرة عليها عن طريق تحليل التباين. ومن مزايا هذا التصميم أن استخدام المجموعات على طبيعتها يقلل من تأثير الترتيبات المستخدمة عند تكوين المجموعات، إذ أن الأفراد قد لا يدركون أنهم جزء من التجربة في كثير من الأحيان، بالإضافة إلى أن هذا التصميم يتمتع بدرجة جيدة من الصدق الداخلي.

وبصفة عامة في جميع البحوث التجريبية وشبه التجريبية لابد من وضع فروض للبحث. بينما في المقابل في البحوث الاستطلاعية أو الكشفية ليس من الصحيح علميا وضع فروض بها نظرا لنقص المعلومات وعدم وجود أو ندرة البحوث والدراسات السابقة.

وعندما يختار الباحث البحوث شبه التجريبية كنوع مناسب لبحثه أو دراسته، فسيكون المنهج المناسب لبحثه أو دراسته هو المنهج التجريبي والذي سيتم شرحه لاحقا في نفس الفصل.

7- بحوث استشراف المستقبل:

اهتم الإنسان منذ القدم بالتفكير في الغد والتخطيط للمستقبل Future Planning لتأمين حياته وحياة أسرته وقبيلته والآخرين في مجتمعه. كذلك لاحقا اهتمت كثير من الدول منذ القدم باستشراف المستقبل والتخطيط له وفق منهج علمي يهدف إلى رسم الرؤى والتصورات المستقبلية من خلال معطيات الماضي ووقائع الحاضر والتنبؤ بالمستقبل Future Prediction. وكانت بدايات هذا الاهتمام هو قيام هذه الدول تأسيس مراكز للتخطيط وللمعلومات والدراسات المستقبلية...) مدحت أبو النصر: 2010، 2011).

والاستشراف Out lookingForeseeing – مفهوم يشير إلى التطلع والنظر وسبر المستقبل وتوقع التغيرات المحتملة فيه. إن معظم النجاحات والإنجازات والاختراعات صنعها المستشرفون الذين رفضوا سلبيات الواقع وسعوا إلى إصلاحه، كذلك فالمجتمعات الناجحة هي التي تنتهج الاستشراف كأسلوب حياة.

والمستقبل هو الزمن الذي يأتي بعد الحاضر. والقيام بالدراسات المستقبلية لا يعني فصل حلقات الزمن الثلاث بالتركيز على المستقبل فقط، بل يتم النظر للزمن بحلقاته الثلاث: الماضي والحاضر والمستقبل بشكل متوازن، وبنفس القدر من الاهتمام) مدحت أبو النصر: 1999).

والرؤية Visionهي ذروة عملية الدراسة المستقبلية وهي النظر بالعين والقلب والعقل وإدراك المرئي بطرق عدة، نذكر منها: الحاسة والتخيل والتفكر والعلم (مدحت أبو النصر: 2011). أيضاً الاستشراف هو نوع من الفعل الإيجابي الذي قد تتأخر نتائجه، ولكنه يساهم في التطوير والإضافة للمنظمة أو للمجتمع. فشتان بين الفعل ورد الفعل، بين من ينتظر ما يأتي به المستقبل، ومن يسارع نحو المستقبل مستخدماً أدوات المستقبل وآلياته. ولا يمكن أن يستمر النجاح لأي منظمة أو مجتمع ما لم تمتلك أو يمتلك رؤية واضحة للمستقبل.

يقول روان جبسون 2004) (1998) Rowan Gibson) في كتابه إعادة التفكير في المستقبل Rethinking the Future أننا فيما نحن نستعد لمغادرة الطريق والتوجه إلى أرض مجهولة، يبدو واضحا أننا بحاجة إلى وسيلة انتقال جديدة وبعض المهارات المختلفة في العمل والقيادة وإحساس مختلف تماما بالاتجاه. ولكن، سوف نضطر، وبشكل جوهري، إلى تحدي كل افتراضاتنا الشخصية والمؤسسية فيما يخص العالم الذي نتجه صوبه، أي عالم القرن الحادي والعشرين المختلف تماما عن العوالم السابقة. باختصار، سوف نضطر إلى إعادة التفكير في المستقبل. ولكن نظرا لأن المستقبل لم يتضح على الإطلاق، فكيف يمكننا أن نعيد التفكير فيه حقيقة؟

إذن فإن استشراف المستقبل هو اجتهاد علمي منظم لا يهدف إلى نقد الماضي وتصحيح الأخطاء في الحاضر، بل يرمي إلى صوغ مجموعة من التنبؤات المشروطة، والتي تشمل المعالم الرئيسية لأوضاع مجتمع ما، أو مجموعة من المجتمعات، وعبر فترة مقبلة تمتد قليلا لأبعد من عشرين عاماً، وتنطلق من بعض الافتراضات الخاصة حول الماضي والحاضر، ولاستكشاف أثر دخول عناصر مستقبلية على المجتمع. بهذا الشكل فإن استشراف المستقبل لا يستبعد أيضا إمكانية استكشاف نوعية وحجم التغيرات الأساسية الواجب حدوثها في مجتمع ما، حتى يتشكل مستقبله على نحو معين منشود.

ومن التعريفات المتاحة عن علم المستقبل Futurology، نذكر:

1- علم المستقبل هو العلم الخاص بالتنبؤ بالأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية في المستقبل. ويستند في دراستها على الاستقراء والاستنباط، بجمع الوقائع الفردية المتعددة ليستخلص منها المبادئ العامة التي تحكمها، ويخرج بعد ذلك بالصور التي سيكون عليها المجتمع في الأجيال القادمة (أحمد زكي بدوي: 1993).

2- علم المستقبل هو علم حديث يعتمد على أحدث المعطيات الاقتصادية والاجتماعية والعلوم المتطورة والتقنيات المتقدمة لتصور ما يكون عليه العالم بعد عقد وعقدين (أحمد صدقي الدجاني: 2001).

3- علم المستقبل هو علم وليد يعتمد على التنبؤ بالأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في المستقبل. ويستند في دراستها على الاستنباط والاستقراء لكل من الماضي والحاضر (طارق عامر: 2008).

4- علم المستقبل هو علم يوفر لنا الدراسات المستقبلية الصورة التي سيكون عليها المجتمع في الأجيال القادمة (عواطف شاكر: 2010).

5- علم المستقبل هو علم يختص بالمحتمل والممكن والمفضل من المستقبل، بجانب الأشياء ذات الاحتمالات القليلة لكن ذات التأثيرات الكبيرة التي يمكن أن تصاحب حدوثها (ويكيبيديا: 2014).

ويقدم لنا علم المستقبل مجموعة من الدراسات المستقبلية Future Studies لاستشراف مستقبل المجتمع لفترة زمنية قادمة باستخدام المنهج العلمي المرتكز على الاستنباط والاستقراء والقياس. وهذه الدراسات المستقبلية تعتبر مجال من مجالات المعرفة الحديثة نسبياً، ويزداد الاهتمام بها في الدول المتقدمة وبدرجة أقل في الدول النامية، ويترسخ دورها في عمليات التخطيط وصنع القرارات ووضع السياسات...

ويرى أحمد صدقي الدجاني (1992) (2001) أن الدراسات المستقبلية هي امتداد للدراسات التاريخية... وهي تتناول بالحديث عن المستقبل من خلال النظر في الحاضر والماضي... وهي محاولة علمية تتكامل فيها الدراسات لمعرفة جوانب صورة الحاضر

وتحليلها والتعرف على مجرى الحركة التاريخية من خلال دراسة الماضي وملاحظة سنن الكون، والانطلاق من ذلك كله إلى استشراف المستقبل وتشوفه وصولاً إلى طرح رؤية له. وتتضمن هذه الرؤية توقعات يحتمل حدوثها كاستمرار للحركة التي تحكم الواقع القائم، وبدائل وخيارات وأحلاماً يجرى التطلع لتحقيقها بممارسة الفعل.

ويعتبر عالم الاجتماع الأمريكي إس. جيلفيلان S.Gilfillain أول باحث استخدم تعبير علم المستقبل Science of the Future في رسالته للحصول على درجة الدكتوراه تقدم بها إلى جامعة كولومبيا عام 1920 وكان قد استخدم في مقال له عام 1907 مصطلح Mellontology وهي كلمة لاتينية تعني أحداث المستقبل... كما أطلقه عام 1943 عالم السياسة الألماني أوسيب فلختايم Ossip Felecchtheim الذي كان يدعو لتدريس المستقبليات منذ عام 1941، وكان يعني به إسقاط التاريخ على بعد زمني لاحق...

وفي عام 1970 أصدر آلفين توفلر Alvin Toffler- وهو كاتب ومفكر أمريكي معاصر وعالم في مجال الدراسات المستقبلية - كتاب عن صدمة المستقبل Future Shock، وتتركز فكرة توفلر حول الفجوة بين معدل التغيير في البيئة بفعل التكنولوجيا وثورة المعلومات وبين معدل استجابة الأفراد وتكيفهم مع هذا التغيير. ويرى توفلر أن البيئة تتغير بإيقاع أسرع كثيرا من إيقاع استجابة البني الاجتماعية والقيم الثقافية وبازدياد هذه المشكلة حده تزداد الفجوة اتساعا، وما ينجم من اغتراب وخلخلة مستمرة في البني الاجتماعية والثقافية والسياسية (1974).

ثم أصدر كتابه عن الموجة الثالثة (2004) (The Third Wave(1980) والذي ينادي فيه بعدم التركيز فقط على قضايا الاقتصاد والإدارة، بل أيضا كيف يمكن الاستجابة المناسبة للصدمات الاجتماعية والتقنية والسياسية والثقافية والدينية التي سوف يكون هناك الكثير منها في السنوات القريبة المقبلة.

وخلال الثمانينيات والتسعينيات في القرن العشرين تطور علم دراسات المستقبل، لتشمل مواضيع محددة المحتوى وجدول زمني للعمل ومنهج علمي دقيق... وفي بداية القرن الواحد والعشرين زاد الاهتمام بالدراسات المستقبلية بشكل أكبر من حيث التنظير

والبحوث والتدريس والاستخدام المكثف لعلوم الإحصاء والاقتصاد ولبرامج الحاسب الآلي في هذه الأنشطة، وزادت أيضاً المراكز المتخصصة في هذه النوعية من الدراسات...

ومن أمثلة هذه المراكز في الدول العربية، نذكر على سبيل المثال:

1- المركز الدولي للدراسات المستقبلية والإستراتيجية بالقاهرة.

2- مركز المستقبل للدراسات والبحوث بالقاهرة.

3- مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية بأبو ظبي.

4- معهد الخليج للدراسات الإستراتيجية والمستقبلية بالكويت.

5- مركز البحوث والدراسات المستقبلية ببيروت.

6- المركز الإسلامي للدراسات المستقبلية ببيروت.

7- جمعية الدراسات المستقبلية بالمغرب.

8- مركز الدراسات الإستراتيجية بالجزائر.

وفي الوطن العربي ساهم عدد من الباحثين العرب في وضع قواعد لهذا العلم الوليد، نذكر منهم على سبيل المثال: قدري حافظ طوقان (1953) وقسطنطين زريق (1977) وخلدون الشمعة (1979) وهشام شرابي (1986) وخير الدين حسيب (1988) وأحمد صدقي الدجاني (1991) ومحمود عبد الفضيل (1995) وإبراهيم العيسوي (1998) وسهيل عناية الله (1999) وهادي نعمان الهيتي (2003) وضياء الدين زاهر (2004) ورمضان بسطاويسي محمد (2005) وسامر اللاذقاني (2005) وفريدون محمد نجيب (2006) وقاسم جميل قاسم (2006) وعبد الكريم درويش (2006) وطارق عامر (2008) وعواطف شاكر (2010) ومدحت أبو النصر (2010) (2011) وسيف الدين عبد الفتاح (2011) فؤاد بلمودن (2013)...

مبادئ الدراسات المستقبلية:

هناك مبادئ عديدة للدراسات المستقبلية، نذكر منها:

1- تصور وضع مستقبلي، لعقدين أو ثلاثة عقود, لتحديد بالتفصيل الأهداف والمصالح، وذلك باستخدام النماذج الرياضية الحديثة.

2- تجنب أي انحياز أيديولوجي، والانطلاق من المسلمات والافتراضات المتفق عليها من مختلف الاتجاهات البحث العلمي والفكري والعقائدي والتكنولوجي.

3- تعيين القدرات اللازمة لإنجاز أي مسار مستقبلي، وحساب النفقات اللازمة والمخاطر. وكذلك تحديد الآليات اللازمة للتنمية والتي ينبغي أن تشمل أهداف معروفة علمياً، وتطوير الخبرات العلمية في مجال إدارة المشكلات المعقدة.

4- التركيز على عوامل التنمية في مختلف القطاعات لتحقيق الأهداف بشكل فعال؛ واعتماد سيناريوهات مختلفة معدة سلفا لجميع الحالات الطارئة المحتملة، والتي تخزن للسماح بعد ذلك لأن يستخدمها صانعي القرارات، وفقاً لحجم الأزمة المستقبلية المحتملة (ويكيبيديا: 2014).

شروط نجاح بحوث استشراف المستقبل:

ومن أجل الحيادية Neutrality في قراءة المستقبل علينا تجنّب الأفكار المسبقة أو الاندفاع لرؤية بعض الأمور التي تناسب أفكارنا وتجاهل أو نبذ الأخرى التي تزعجنا.ومن الأخطاء التي قد يقع فيها المستشرفون تفسير الأمور حسب الموروث الثقافي والمفاهيم والبُنى الفكرية الثابتة، وبالطبع فإن الاستشراف يقتضي الحيادية والموضوعية Objectivity والمرونة Flexibility والإيمان بأن التغيير Change هو أحد سنن الحياة. ومن هنا فعلى المراكز البحثية والمعلوماتية في المنظمات أن تعتمد المنهج النقدي Monetary Approach في وسائل المراقبة ومصادر المعلومات، والبعد عن النظريات السائدة التي تحتاج إلى زمن طويل للخروج من سيطرتها، وعدم التمسك بالنظريات الجامدة والتقليدية.

طرق لاستشراف المستقبل:

هناك طرق عديدة لاستشراف المستقبل، نذكر منها: طريقة السلاسل الزمنية، وطريقة طرح سؤال لماذا؟، وطريقة سؤال الخبراء عن المعايير، وطريقة العصف الذهني، وطريقة القائمة المعدة مسبقاً، وطريقة ديلفي، وطريقة دوائر الجودة،...

وسيتم في البحث الحالي استخدام طريقة سؤال الخبراء عن المعاييرNorms Experts، من خلال سؤال مجموعة من أعضاء هيئة التدريس بكلية الخدمة الاجتماعية بجامعة حلوان ممن يقومون بتدريس مادة ممارسة الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الأسرة والطفولة (عددهم 5 أعضاء) والإطلاع على بعض المؤلفات التي تناولت موضوع الأسرة والمشكلات التي تواجهها في الوقت المعاصر، وذلك بهدف التعرف على خصائص كل من الأسرة السليمة والأسرة غير السليمة.

أيضاً سيتم استخدام طريقة السلاسل الزمنية في موضوع معدل الزيادة السكانية ونسب الطلاق والعنوسة ومعدل المواليد، وطريقة سؤال لماذا؟ في تحديد أسباب مشكلات الأسرة السعودية واقتراح الحلول لها... ويقصد بطريقة السلاسل الزمنية Time Seriesباختصار مشاهدة ظاهرة معينة على فترة من الزمن وتركيب سلسلة زمنية تسجل أهم قيمها، بما يساعدنا على عمل تقديرات للمستقبل بالنسبة لهذه الظاهرة (قاسم جميل: 2006). ويقصد بطريقة سؤال لماذا؟ Why ُs هو طرح سؤال لماذا؟ عدة مرات حتى نستطيع تحديد أسباب حدوث الظاهرة واستشراف الحلول من خلال عكس هذه الأسباب، وبالتالي نصل للحلول (مدحت أبو النصر: 2015).

السيناريوهات واستشراف المستقبل:

كان من أوائل من طور أسلوب تخطيط السيناريوهات هو هيرمان خان، إلا أن الذي أذاعه على نطاق واسع هو أري ب. ديجيوس Arie B. Digios وبعض الأعضاء الآخرين في الجمعية الملكية الهولندية لمجموعة التخطيط الاستراتيجي Strategic Planningبشركة شل للبترول (عبد الكريم درويش: 2006). وهناك تعريفات عديدة لمفهوم السيناريو Scenario، نذكر منها:

1- **تعريف هرمان خان Herman Khan:** السيناريو هو محاولة للوصف التفصيلي للتتابع الافتراضي للأحداث التي قد تؤدي إلى الوضع المأمول.

2- **تعريف بيتر شوارتز Peter Schwartz:** السيناريو وسيلة تمثل التحرر التخطيطي من التوقعات التقليدية والسيطرة، وهي توقعات دقيقة ولكنها أداة للتفكير.

3- تعريف إبراهيم العيسوي (1998): السيناريو هـو وصـف لوضـع مـستقبلي ممكـن أو محتمـل أو مرغوب فيه، مع توضيح لملامح المسار أو المسارات التي يمكن أن تؤدي إلى هذا الوضع المستقبلي، وذلك انطلاقاً من الوضع الراهن أو من وضع ابتدائي مفترض.

4- **تعريف عبد الكريم درويش (2006):** السيناريو هو عبارة عن أسلوب منظم لتخيل وفحص أوجـه المستقبل المحتملة المختلفة من أجل ذاتها، ولكنه محصلة للوحـات تـصورية لما يمكـن أن يكـون عليه مستقبل المنظمة أو المجتمع.

5- **تعريف فريدون محمد نجيب (2006):** السيناريو هو تخيل لما يحتمـل أن تكـون عليـه الأوضـاع محل الاهتمام في ظل ظروف معينة وسـلوكيات محـددة وردود الأفعـال المتوقعـة، بحيـث يمكـن بلوغ الأهداف المرغوبة إذا ما اتبعت المسارات المرسومة.

6- **تعريف موسوعة المعلومات ويكيبيديا (2014):** السيناريو هو وصف موجز للأوضاع المـستقبلية التـي يمكن تحديدها من خـلال التفاعـل مـع الاتجاهـات الاجتماعيـة, الاقتـصادية والـسياسية في الوقـت الحاضر.

هذا ويمكن تحديد نوعين رئيسيين من السيناريوهات، هما:

1- **السيناريو الاستطلاعي أو الاستكشافي Exploratory Scenario**، حيـث يـتم اسـتطلاع أو استكـشاف مـا يمكن أن تؤدي إليه الأحداث والتصرفات المحتملة أو الممكنـة مـن تطـورات في المـستقبل، وذلـك دون التزام مسبق بصورة أو أهداف محددة يتم السعي لبلوغها في نهايـة فـترة الاسـتشراف. وقـد يطلق على هذا السيناريو مصطلح آخر وهو السيناريو المتوجه إلى الأمام ScenarioForward (انظر: إبراهيم العيسوي: 1998، سامر اللاذقاني: 2005، فريدون محمد نجيب: 2006).

2- **الـسيناريو المعيـاري Normative Scenario**، حيـث تكـون نقطـة البـدء في هـذا الـسيناريو مجموعة من الأهداف المحددة المرجو تحقيقهـا في المـستقبل، ويـتم ترجمتهـا إلى صـورة مستقبلية متناسقة، حيث يرجع كاتب الـسيناريو مـن المـستقبل إلى الحـاضر لـكي يكتـشف المسار أو المسارات الممكنة لتحقيق هذه الأهداف المرجـوة أو الـصورة المـستقبلية المبتغـاة،

محدداً النقاط الحرجة التي تتطلب اتخاذ قرارات أو تصرفات هامة. وقد يطلق على هذا السيناريو مصطلح آخر وهو السيناريو المتوجه إلى الخلف أو العكسي Backward Scenario (انظر: إبراهيم العيسوي: 1998، سامر اللاذقاني: 2005، فريدون محمد نجيب: 2006).

كذلك يمكن تحديد ثلاثة أنواع من السيناريوهات، هما:

1- **السيناريو التفاؤلي Optimistic Scenario** وهو الذي يتوقع أن مناطق القوة في الأسرة ستستمر ويزداد معدلها، ومناطق الضعف في الأسرة ستقل في المستقبل، وأن المستقبل مشرق...

2- **السيناريو التشاؤميScenario Pessimistic** وهو الذي يتوقع أن مناطق الضعف في الأسرة ستستمر ويزداد معدلها، ومناطق القوة في الأسرة ستقل في الأسرة في المستقبل، وأن المستقبل ليس مشرقاً...

3- **السيناريو الأكثر احتمالاً Scenario The most likely** وهو سيناريو أكثر واقعية وخط وسط بين التفاؤل والتشاؤم...

التصنيف الخامس: مرتبط بطبيعة مهنة الخدمة الاجتماعية

1-بحوث تقدير الموقف:

بحوث تقدير الموقف Situation Assessment غالبا ما تكون جزء من بحوث أخرى، فهي تمهد لإجراء هذه البحوث. والهدف من هذا النوع من البحوث هو التعرف على الظاهرة أو المشكلة المراد دراستها لاحقا، وتحديد أبعادها، ومحاولة تحقيق الفهم لها، والحصول على موافقة المنظمة أو الجهة التي سيتم إجراء البحث عليها لاحقا، وتقدير الموقف والحاجات والمشكلات والموارد، وتحديد أنساق المرتبطة بموضوع الظاهرة أو المشكلة المراد بحثها أو دراستها، ورصد الصعوبات المحتملة عند إجراء البحث، وتحديد مشكلة البحث بدقة....

كذلك تساهم بحوث تقدير الموقف في زيارة ألفة الباحث بموضوع بحثه وبخصائص وطبيعة المبحوثين الذين سيتم العمل معهم بعد ذلك.

ومن ضمن إجراءات دراسة تقدير الموقف تطبيق استمارة مقابلة أو استمارة استبيان على عينة صغيرة حجمها حوالي 15 مفردة وذلك لجمع بعض البيانات الهامة التي تساهم في تحقيق الأهداف السابق الإشارة إليها. ثم يقوم الباحث بتفريغ وجدولة وتحليل هذه البيانات.

وهذا النمط من البحوث غالبا ما يقوم به الباحث في الخدمة الاجتماعية قبل تسجيله لرسالة الدكتوراه الخاصة به، ثم تكون جزءا من رسالته بعد ذلك كنوع من التمهيد للتدخل المهني الذي سيقوم به الباحث لاحقا. وإن كانت بحوث تقدير الموقف تُطلب أحيانا من الباحث في الخدمة الاجتماعية قبل تسجيله لرسالة الماجستير الخاصة به وذلك عندما يكون موضوع بحثه جديد أو بكر أو عندما يكون الموضوع سياسي أو أمني أو يحتاج إلى موافقات مسبقة قبل تسجيل موضوع الرسالة...

2- بحوث وصفية / تحليلية:

ولقد تم شرح هذا النوع أو النمط من البحوث آنفا. أما بالنسبة للبحث في الخدمة الاجتماعية فإن الغالبية العظمي لكل من: رسائل الماجستير في الخدمة الاجتماعية وبحوث الترقية لدرجة الأستاذ المساعد والأستاذ فهي من نمط البحوث الوصفية / التحليلية.

3- بحوث الفعل:

بحوث الفعل أو العمل Action Researchقد يُطلق عليها بحوث موقفية. وهى بحوث تركز على حل مشكلة ما في موقف معين. وتهدف هذه البحوث إلى تحسين الجهود والممارسات اليومية في موقف معين أو في منظمة معينة من المنظمات.

ويعرف دونالد فوث (Donald Voth 1990) بحوث الفعل بأنها نمط من البحوث العلمية المرتبط بقيام الباحث على المساعدة في حل مشكلات محددة نسبيا لعملاء محددين نسبيا أو لمؤسسة معينة. فبحوث الفعل هي بحوث تُستخدم كأداة أو أسلوب، وجزء لا يتجزأ من المجتمع المحلي أو المنطقة، في كل نواحي عملية البحث، وهدفها هو الحصول على معلومات صحيحة وتحقيق فعل معين، وتطوير إمكانيات حل مشكلات العملاء أو المنظمة أو

المجتمع المحلي...

ولقد حدد كارتر (CarterG.W. 1959) خصائص هذا النمط من البحوث في ميدان مهنة الخدمة الاجتماعية، كالتالي:

1- مشكلة البحث يجب أن تنبع من حاجة معترف بها للمجتمع لا من فرض مستمد من الاهتمام الشخصي للباحث.

2- للحصول على أقصى قدر من الفاعلية، يجب أن يشارك في عملية البحث أولئك الذين يتوقع منهم تنفيذ توصيات البحث.

3- يجب أن ينتهي مشروع بحوث الفعل إلى توصيات للفعل أو التغيير الاجتماعي.

4- ضرورة عمل الباحث في بحوث الفعل كعضو في فريق عمل، وأن يتعاون مع جميع أعضاء هذا الفريق.

5- ضرورة قيام الباحث بتشجيع العملاء والمؤسسات والمواطنين على المشاركة في جميع مراحل العمل.

ومن أمثلة هذه البحوث ثلاثة بحوث قام بهم المؤلف. البحث الأول كان عن مشكلة أطفال الشوارع، وفيه حاول المؤلف رصد المشكلة وتأسيس أول نادي لرعاية أطفال الشوارع وتوفير عدد من البرامج لمساعدة هذه الفئة...

أما البحث الثاني كان على جمعية اختار أسرة الخيرية ودور المؤلف في إشهار الجمعية وتأسيسها وتدريب العاملين بها وتصميم سجلاتها واستماراتها والعمل كأول مدير لها ثم مستشارا اجتماعيا لها ثم عضو مجلس إدارة بها ثم نائب رئيس مجلس إدارة...

وكان البحث الثالث على إدارة الخدمات والبحوث الاجتماعية في شركة المقاولون العرب، وفيه قام المؤلف بتكوين مكتبة بهذه الإدارة وتدريب جميع الأخصائيين الاجتماعيين بالشركة وإجراء بعض البحوث الاجتماعية على العاملين في الشركة وتحسين استمارات العمل بهذه الإدارة...

4- بحوث التدخل المهني:

يقصد بالتدخل المهني Professional Intervention النشاط أو الجهد الذي يقوم به الباحث أو الممارس أو الأخصائي لإحداث التغيير بطريقة منظمة لتحقيق هدف معين وفي إطار استراتيجية محددة. وهناك من يعرف التدخل المهني بأنه العمل الصادر من الباحث/ الأخصائي الاجتماعي والموجه إلى أنساق الممارسة في الخدمة الاجتماعية بغرض إحداث تأثيرات وتغيرات مرغوبة لتحقيق أهداف التدخل المهني على خطوات الارتباط والتقدير والتخطيط والتنفيذ والمتابعة على مختلف المستويات بما يؤدي إلى إحداث التغيرات المطلوبة. (جمال شحاته: 2013).

كذلك يقصد ببحوث التدخل المهني Professional Intervention Research بأنها تلك البحوث التي تعتمد على تجريب مداخل أو أساليب جديدة للتغلب على مشكلة ما، حيث تكون العوامل المسئولة عن وجود المشكلة معروفة في كثير من الأحيان على حين تكون الوسائل الأكثر كفاءة والأقل تكلفة لعلاج المشكلة غير معروفة (لبني عبد المجيد: 1997).

وفي بحوث التدخل المهني يقوم الباحث فيها بوضع وتنفيذ برنامج للتدخل المهني، وذلك بهدف تحسين موقف معين أو تطوير مشروع ما أو حل مشكلة محددة ثم يقوم بتقويم مدى نجاح البرنامج في تحقيق أهدافه.

وهي بحوث يقوم فيها الباحث بالخطوات التالية:

1- تحديد أهداف التدخل المهني.

2- الارتباط بمجتمع البحث.

3- تقدير الموقف.

4- وضع خطة التدخل المهني.

5- تحكيم خطة التدخل المهني.

6- تحديد مجموعة تجريبية أو أكثر وأخري ضابطة أو أكثر.

7- القياس القبلي لهذه المجموعات.

8- تنفيذ خطة التدخل المهني على المجموعة التجريبية أو أكثر خلال فترة زمنية حوالي 6 شهور.

9- تقييم عائد برنامج التـدخل المهنـي، وذلـك بواسـطة عـدة أسـاليب منهـا: القيـاس البعـدي لهـذه المجموعات التجريبية والضابطة، ثم يقوم بعمل المقارنات المطلوبة، لمعرفة هل خطة التدخل المهنـي حققت أهدافها أم لا؟ ولاختبار صدق أو عدم صدق فروض البحث.

مثال: في رسالة دكتوراه لأميرة منتصر تحت إشراف المؤلف عن فعالية برنامج التدخل المهني بـين منظور الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية لتمكين المعاقين حركياً (2016)، تم القياس القـبلي والبعـدي للمجموعة التجريبية (الجماعة التي تم تنفيـذ التـدخل المهنـي معهـا) بالنـسبة لأبعـاد مقيـاس قامـت بتصميم الباحثة لقياس الكفاءة الاجتماعية والاستقلالية والعلاقات الاجتماعية لدى المجموعة التجريبية (20 معاقاً حركياً).

البعد	رقم الحالة	القياس البعدي	القياس القبلي	ف	ف2	ت الجدولية (0,01,19)
أبعاد المقياس ككل	1	129	121	8	64	2.539
	2	146	116	30	900	
	3	121	129	-8	64	
	4	182	126	56	3136	
	5	182	119	63	3969	
	6	187	129	58	3364	
	7	184	90	94	8836	
	8	182	127	55	3025	
	9	177	116	61	3721	
	10	172	109	63	3969	
	11	172	116	56	3163	
	12	172	119	53	2809	
	13	174	125	49	2401	
	14	160	129	31	961	
	15	160	118	42	1764	
	16	160	131	29	841	
	17	122	111	11	121	
	18	123	130	-7	49	
	19	157	121	36	1296	
	20	126	117	9	81	
		3188	2399	789	43157	

ت المحسوبة 3.70 > ت الجدولية 2.539 عند المستوى (0,01,19)

وبالنظر إلى نتائج الجدول (90) نجد أن هناك فروقاً معنوية ذات دلالة إحصائية بين القياسين البعدي والقبلي لجماعة التدخل المهني على مقياس تمكين المعاقين حركياً المستضعفين اجتماعياً بالنسبة لأبعاد المقياس ككل.

حيث بلغت قيمة ت المحسوبة < 3.70 ت المحسوبة 2.539 والفرق بينهما بدرجة ثقة 95% وهذا الفرق يعتبر جوهري مما يؤكد أن برنامج التدخل المهني كان له تأثير إيجابي على أعضاء جماعة التدخل، كما يؤكد تأثير المتغير المستقل وهو استخدام البرنامج على المتغير التابع وهو تمكين المعاقين حركياً المستضعفين اجتماعياً فيما يتعلق بأبعاد المقياس ككل.

وهذا يؤكد على صحة الفرض الرئيسي توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق برنامج التدخل المهني وتمكين المعاقين حركياً المستضعفين اجتماعياً.

10- عرض نتائج التدخل المهني وتحليلها.

وبصفة عامة فإن الباحث في بحوث التدخل المهني لابد من تصميم مقياس (أو أكثر) يستخدمه في القياس القبلي والبعدي. وعلى الباحث هنا أن يجري اختبارات الصدق والثبات لهذا المقياس. أيضا يمكن للباحث بدلا من ذلك أن يستعين بمقياس موجود بالفعل لباحث آخر يكون مناسبا للبحث.

أيضا يمكن للباحث أن يستعين بمقياس موجود بالفعل لباحث آخر ويدخل على المقياس مجموعة من التعديلات التي يرى أنها ضرورية، وبالتالي لابد من قيام الباحث بإجراء اختبارات الصدق والثبات لهذا المقياس.

أما بالنسبة لخطة التدخل المهني فعلي الباحث أن يضعها بعد قيامه بدراسة تقدير الموقف، وبالتواصل مع المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة، ومع المنظمة أو المؤسسة أو الجمعية التي سيطبق عليها خطة التدخل المهني. وعليه أن يضع خطة التدخل المهني من خلال استشارته لعديد من الأطراف مثل: الأخصائيون الاجتماعيون، وفريق العمل، ومدير المنظمة أو المؤسسة أو الجمعية التي سيطبق عليها خطة التدخل المهني، العملاء الذين سيتم تطبيق خطة التدخل المهني عليهم، المشرفون على رسالة الباحث،...

ويجب أن تتضمن خطة التدخل المهني على مجموعة من البنود الهامة، نذكر أهمها في الآتي:

1- التاريخ (اليوم والشهر والسنة)

2- نوع النشاط

3- القائم بالنشاط أو فريق العمل

4- الأنساق وخاصة نسق الهدف

5- أهداف النشاط

6- استراتيجية العمل

7- التكتيكات

8- المهارات

9- الأدوار

10- الوسائل والأدوات

11- الصعوبات المتوقعة

نقطة مهمة هنا يجب تنبيه الباحثين لها هي ضرورة أن يكون مشاركا في جميع أنشطة التدخل المهني، وأن يُشرك معه أشخاص مهنيين آخرين من نفس مهنة الخدمة الاجتماعية أو مهن أخرى حتى يتم تدريبهم على مثل الأنشطة، وأن يكون حريصا على ثقافة العمل الجماعي والعمل الفريقي. أيضا على الباحث أن يُشرك أعضاء المجموعة التجريبية في مثل هذه الأنشطة كنوع من التدريب لهم وتحسين لمعارفهم ولمهاراتهم... وفي ذلك تدريب لهؤلاء المشاركين مما يكسبهم المهارات والخبرات اللازمة لممارسة مثل هذه الأنشطة لاحقا بعد انتهاء الباحث من بحثه...

أنواع مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية:

المنهج Method لغة طريقة أو نظام، وبالمعنى الاصطلاحي فهو الطريق السليم للوصول إلى الغاية المقصودة. وهناك تعريفات عديدة لمفهوم المنهج نذكر منها:

1- المنهج هو الطريق المؤدي إلى كشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.

2- المنهج هو الإستراتيجية العامة أو الخطة العامة التي يرسمها الباحث لكي يتمكن من حل مـشكلة بحثه أو تحقيق هدفه.

3- المنهج هو مجموعة من الخطوات المنظمة والعمليات العقلية الواعية والمبادئ العامة التي تقـود أي دراسة علمية مهما كان موضوعها.



هذا ويوجد العديد من التصنيفات والتقسيمات لمنـاهج البحـث العلمـي في العلـوم الاجتماعيـة والإنسانية نذكر منها:

تقسيم هويتني:

1- المنهج الوصفي.

2- المنهج التاريخي.
3- المنهج التجريبي.
4- البحث الفلسفي.
5- البحث التنبؤي.
6- البحث الاجتماعي.
7- البحث الإبداعي.

تقسيم ماركيز:

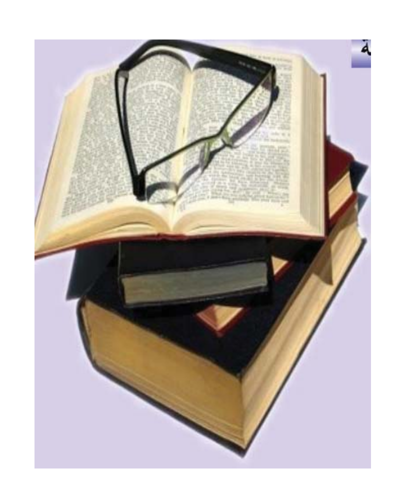
1- المنهج الانثرو بولوجي الملاحظة الميدانية.
2- المنهج الفلسفي.
3- منهج دارسة الحالة.
4- المنهج التاريخي.
5- منهج المسح.
6- المنهج التجريبي.

تقسيم جود وسكيتس:

1- المنهج التاريخي.
2- المنهج الوصفي.
3- منهج المسح الوصفي.
4- المنهج التجريبي.
5- منهج دراسة الحالة والدراسات الإكلينيكية.
6- منهج دراسات النمو والتطور والوراثة.

مناهج البحث في علم السياسة:

1- المنهج الفلسفي المثالي.
2- المنهج التاريخي.
3- المنهج الوصفي.
4- المنهج العلمي التجريبي.
5- المنهج المؤسسي.
6- المنهج السلوكي.
7- المنهج المقارن.



والكتاب الحالي سوف يشرح المناهج العلمية الشائعة الاستخدام في الوقت الحاضر، والتي تم الاتفاق عليها بين مؤلفي كتب البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية بصفة عامة وكتب البحث في الخدمة الاجتماعية بصفة خاصة على أنها المناهج المعاصرة الأكثر استخداما.

وكما سبق ذكره فإن هناك مناهج علمية عديدة، مما يتطلب من الباحث أن يختار المناسب منها لبحثه في ضوء عدة اعتبارات على رأسها: أهداف ونوع البحث ومجالات البحث... من هذه المناهج العلمية نذكر:

-1 منهج المسح الاجتماعي **Social Survey Method** :

منهج المسح الاجتماعي هو الدراسة العلمية لظروف المجتمع وحاجاته ومشكلاته، بقصد تقديم برنامج للإصلاح الاجتماعي وتقديم معلومات يمكن الاستفادة منها في المستقبل. أيضا من تعريفات منهج المسح الاجتماعي أنه الدراسة التي تعني بدراسة الوقائع والأحداث الاجتماعية التي يمكن جمع بيانات كمية عنها وتتسع لتشمل مختلف القضايا الأسرية والاجتماعية والتعليمية والاقتصادية والسياسية والدينية وفئات المجتمع وطبقاته والفروق بين فئاته. ومن أهداف منهج المسح الاجتماعي تقديم معلومات يمكن الاستفادة منها في تحقيق التخطيط والتنمية والإصلاح الاجتماعي...

وعن طريق منهج المسح الاجتماعي يستطيع الباحث تجميع المعلومات عن هيكل معين لتوضيح ولدراسة الأوضاع والممارسات الموجودة بهدف الوصول إلى خطط أفضل لتحسين تلك الأوضاع القائمة بالهيكل الممسوح من خلال مقارنتها بمستويات ومعيار تم اختيارها مسبقا.

ومجال تطبيق منهج المسح الاجتماعي قد يكون واسعا يمتد إلى إقليم جغرافي يشمل عدد من الدول، وقد يكون مؤسسة أو جمعية أو شركة، أو شريحة اجتماعية في مدينة أو منطقة. وفي منهج المسح الاجتماعي قد يتم جمع البيانات من خلاله من كل فرد من أفراد مجتمع البحث (يطلق على ذلك أسلوب المسح الشامل) خاصة إذا كان مجتمع البحث صغيرا، أو قد يختار الباحث عينة يتم أخذها أو سحبها من مجتمع البحث (يطلق على ذلك أسلوب العينة) وذلك عندما يكون مجتمع البحث كبيرا، وبشرط أن تمثل هذه العينة هذا المجتمع بشكل علمي دقيق قدر الإمكان.

ومنهج المسح الاجتماعي مناسب في البحوث الاستطلاعية والوصفية والمسحية وبحوث الاتجاهات والآراء والرأي العام، وغير مناسب للبحوث التاريخية والتطورية التي تهتم بالماضي أو الربط بين الماضي والحاضر، حيث أن هذا المنهج يهتم بالشمول أكثر من التعمق والتحليل في آراء واتجاهات الناس ومواقفهم.

كذلك منهج المسح الاجتماعي مناسب للدراسات التي تبحث عن إجابات عن أسئلة معدة مسبقا من خلال استمارة مقابلة أو استمارة استبيان أو دليل الملاحظة مما يؤدى إلى إغفال الكثير من المعلومات التي لم تتضمنها هذه الأدوات.

هذا ويشيع استخدام منهج المسح الاجتماعي في أغلب البحوث العلمية في مهنة الخدمة الاجتماعية، ويرجع ذلك إلى حداثة البحوث العلمية المنظمة نسبياً في هذه المهنة، وقلة البحوث التي سبق إجراؤها في كثير من مجالات ممارسة هذه المهنة.

هذا ويمكن تحديد بعض موضوعات المسح الاجتماعي في المجالات الأمنية كالتالي:

1- دراسة الخصائص السكانية لرجال الشرطة مثل (العدد، العمر، الجنسية، النوع، الأسرة، الأبناء...).

2- دراسة البيئة الاجتماعية والاقتصادية لرجال الشرطة مثل: (معرفة الدخل ومستويات المعيشة والعوامل المؤثرة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

3- دراسة أوجه النشاط المختلفة لرجال الشرطة مثل (طرق قضاء أوقات الفراغ، أنواع الصحف والمجلات التي يقرءونها...).

4- دراسة آراء الناس (الجمهور المتعامل مع الشرطة – المراجعين) واتجاهاتهم نحو أجهزة الشرطة ورجال الشرطة...

5- دراسة الجريمة في المجتمع وخصائصها وأنواعها وأطرافها والعوامل المسببة لها والنتائج المترتبة عليها.

6- دراسة أفضل طرق الوقاية من الجريمة ومواجهتها.

وفي ضوء ما سبق يمكن تحديد خصائص منهج المسح الاجتماعي كالتالي:

1- وصف الظواهر والأشياء كما هي وليس كما ينبغي أن تكون.

2- التركيز على الظواهر الحالية دون الرجوع للماضي.

3- الاهتمام بالوصف والمسح الشامل.

4- الإفادة من الإحصاءات.

5- الاعتماد على الملاحظة المباشرة وعلى إجراء المقابلات كوسيلة لجمع البيانات.

6- جمع البيانات عن طريق عدد من الأشخاص المدربين.

الاستعانة باللوحات والرسوم البيانية والجداول(Young: 1993).

2- منهج دراسة الحالة : **Case Study Mothod**

منهج دراسة الحالة هو إحدى المناهج في الدراسات الوصفية والسببية والتقويمية، ويهتم الباحث في دراسته بوحدة واحدة من الوحدات الإنسانية أو بمشكلة واحدة معينة

بشكل تفصيلي دقيق. بمعنى أن هذا المنهج يهتم بدراسة جميع الجوانب المتعلقة بموقف واحد، وهو نوع من البحث المتعمق لحالة ما عن طريق جمع المعلومات عنها.

ويُعرف عبد الباسط محمد حسن (1982) منهج دراسة الحالة بأنه المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأية وحدة سواء كانت فردا أو منظمة أو نظام اجتماعي أو مجتمع محلي أو مجتمع عام، وهو يقوم على أساس التعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ الوحدة أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها، وذلك بقصد الوصول إلى تعميمات علمية متعلقة بالوحدة المدروسة بغيرها من الوحدات المشابهة لها.

ويقوم منهج دراسة الحالة على أساس اختيار حالة معينة يقوم الباحث بدراستها قد تكون وحدة إدارية واجتماعية واحدة (جمعية أو مؤسسة أو مدرسة أو مكتبة....) أو فرد واحد (فرد مدمن أو فرد معاق أو طالب متفوق أو تلميذ راسب...) أو جماعة واحدة من الأشخاص (عائلة أو أسرة أو طلاب أو موظفين في إحدى الجهات...).

وتكون دراسة هذه الحالة بشكل مستفيض يتناول كافة المتغيرات المرتبطة بها وتتناولها بالوصف الكامل والتحليل ويمكن أن تستخدم دراسة الحالة كوسيلة لجمع البيانات والمعلومات في دراسة وصفية , وكذلك يمكن تعميم نتائجها على الحالات المشابهة بشرط أن تكون الحالة ممثلة للمجتمع الذي يراد الحكم عليه.

ومن أهداف منهج دراسة الحالة تقديم معلومات يمكن الاستفادة منها في تحقيق الإصلاح الاجتماعي أو الاقتصادي أو التعليمي أو السياسي أو الصحي...

هذا ويستخدم منهج دراسة الحالة في الظروف الآتية:

1- حينما يريد الباحث أن يدرس المواقف المختلفة دراسة تفصيلية في مجالها الاجتماعي والثقافي والاقتصادي...

2- حينما يريد الباحث أن يتوصل إلى معرفة حقيقة الحياة الداخلية لشخص ما بدراسة حاجاته ودوافعه ومشكلاته كنموذج لأشخاص متشابهين له (كدراسة أحد المدمنين أو المجرمين).

3- حينما يريد الباحث أن يدرس التاريخ التطوري لشيء أو شخص أو موقف معين.

4- حينما يرغب الباحث في الحصول على حقائق متعلقة بمجموعة الظروف المحيطة بموقف اجتماعي، أو في التوصل إلى معرفة العوامل المتشابكة التي يمكن استخدامها في وصف وتحليل العمليات الاجتماعية التي تقوم بين الأفراد نتيجة لحدوث التفاعل بينهم كالتعاون والتنافس والتوافق والتكيف...

ومن أمثلة بحوث دراسة الحالة في مهنة الخدمة الاجتماعية، البحث الذي قام به المؤلف عن ممارسة طريقة تنظيم المجتمع في أحد الجمعيات الأهلية وهي جمعية اختار أسرة الخيرية (2000). والحالة هنا هي جمعية اختار أسرة الخيرية.

فمنهج دراسة الحالة من المناهج المناسبة عند دراسة مجتمع المنظمة أو عند العمل معها (Chilver: 2000). وفي هذا البحث قام المؤلف بدراسة الجمعية ونشأتها ومراحل تطورها وأهدافها وأنشطتها وبرامجها والجمعية العمومية ومجلس الإدارة بها وفريق العمل بها بمختلف تخصصاتهم المهنية وسجلات العمل والإنجازات والمعوقات...

ثم تم توضيح مجموعة الأدوار التي تم القيام بها لزيادة كفاءة وفاعلية الجمعية. وفي نهاية البحث تم تقديم عدد من المقترحات والتوصيات التي يمكن أن تساهم في تطوير الجمعية وتحقيق التقدم لها...

3- المنهج التاريخي **Historical Method** :

المنهج التاريخي أو المنهج الوثائقي هو أقدم مناهج البحث العلمي، نظر الاستخدام الوثائق والسجلات والمصادر التاريخية التي تحتوى على معلومات وبيانات وأفكار وأحداث ماضية.

ويستخدم المنهج التاريخي في دراسة كثير من الموضوعات والمعارف البشرية , حيث يعد التاريخ عنصر لا غنى عنه في إنجاز الكثير من العلوم الإنسانية وغير الإنسانية فكثير من الدراسات للظواهر الاجتماعية للملاحظة والدراسة الميدانية الآتية لفهمها ويحتاج الأمر لدراسة تطور تلك الظواهر وتاريخها ليكتمل فهمها.

ويعتمد المنهج التاريخي على وصف وتسجيل الوقائع وأنشطة الماضي، ولكن لا يقف عند حد الوصف والتسجيل ولكن يتعداه إلى دراسة وتحليل للوثائق والأحداث المختلفة وإيجاد التفسيرات الملائمة والمنطقية لها على أسس علمية دقيقة بغرض الوصول إلى نتائج تمثل حقائق منطقية وتعميمات تساعد في فهم ذلك الماضي والاستناد على ذلك الفهم في بناء حقائق للحاضر وكذلك الوصول إلى القواعد للتنبؤ بالمستقبل. فالمنهج التاريخي له وظائف رئيسية تتمثل في التفسير والتنبؤ وهو أمر مهم للمنهج العلمي.

ويجب على الباحث عند استخدام هذا المنهج أن يحدد الفترة التاريخية التي تهتم الدراسة بدراستها وأن يبحث عن الوثائق والسجلات والمصادر المرتبطة، وأن يقوم بنقدها نقداً موضوعياً خارجياً (بمعنى التحقق من صدقها من ناحية الشكل) وداخلياً (بمعنى التحقق من صدقها من ناحية الموضوع، والمعنى الحقيقي لها، والظروف التي وجد فيها كاتب الوثيقة...) للتأكد من أصالتها، وصدقها، وعلاقتها بموضوع البحث، وإمكانية الاعتماد عليها كدليل.

ومن خصائص المنهج التاريخي أنه لا يعتمد على الملاحظة والمقابلة والإستبيان والتجربة لأن الناس أو الجماعات أو الفئات التي يتم دراستهم أصلا غير موجودين فقد انتقلوا إلى رحمة الله. وإنما يعتمد المنهج التاريخي في جمع البيانات المطلوبة على المصادر الأولية والثانوية وعلى الإطلاع على الوثائق التاريخية والمعابد والرسومات والسجلات القديمة وعلى شهادة شهود العيان الذين مازالوا على قيد الحياة...

وعلى الباحث عند دراسة أي وثيقة تاريخية أن يقوم بالآتي:

1- الفحص والنقد الخارجي للوثيقة للتأكد من أصالة الوثيقة.

2- الفحص والنقد الداخلي للوثيقة للتأكد من صحة المعلومات الموجودة بالوثيقة.

وبشيء من التفصيل يجب مراعاة الأمور التالية على سبيل المثال عند دراسة أي وثيقة تاريخية:

1- التحقق من صدق الوثيقة.

2- التحقق من أن الوثيقة أصلية وليست مقلدة أو مزيفة.

3- هل تم كتابتها بواسطة صاحبها أم بخط شخص آخر؟

4- هل كتبت الوثيقة بعد الحادث مباشرة أم بعد مرور فترة زمنية؟

5- هل الوثيقة موضوعية أم غير موضوعية؟

6- هل هناك تناقض في محتويات الوثيقة؟

7- كيف تم الحصول على الوثيقة؟

8- ما هو نوع المادة التي كتبت عليه الوثيقة؟

9- هل هذه المادة هي من النوع الشائع الاستخدام في العصر الذي كتبت فيه الوثيقة؟

10- ما هو المكان الموجود به الوثيقة؟

4- المنهج التجريبي:

يهدف المنهج التجريبي إلى دراسة تأثير متغير مستقل على مجموعة تجريبية يتم اختيارها عشوائيا وتوضع في وسط لا يسمح فيه بتأثير أي متغيرات أخرى عليها. وفي المنهج التجريبي يميز الباحث بين مجموعتين إحداهما تسمى المجموعة الضابطة والأخرى تسمى مجموعة التجربة وهي التي يدخل عليها المتغير المستقل الذي يتم دراسة أثره على هذه المجموعة من خلال مقارنة المجموعتين لاحقا.

وكمثال على ذلك في حالة تجريب الأدوية الجديدة على المرضى لإثبات فاعليتها في شفاء أمراض معينة، فإنه يتم اختيار عدد من المرضى الذين يعانون من نفس المرض، ثم يتم تقسيمهم عشوائيا إلى مجموعتين، حيث تقوم إحداهما بتناول الدواء الجديد الذي يراد معرفة قدرته على شفاء المرضى، مع استمرار إعطاء المجموعة الأخرى (المجموعة الضابطة) الدواء القديم، ويتم تقييم الدواء الجديد من خلال مقارنة المجموعتين الضابطة والمجموعة التجريبية.

والتجربة في المنهج التجريبي تمر بالمراحل التالية:

1- يتم استحداث بيئة التجربة والسيطرة عليها.

2- قياس مستوى المتغير التابع.

3- اختيار العيّنة وتقسيمها إلى مجموعتين.

4- إدخال المتغير المستقل.

5- قياس مستوى المتغير التابع مرة أخرى.

6- تقييم وضع المتغير التابع وقياس درجة التغير الذي طرأ عليه.

ويلخص كل من إيزاك ومايكل خصائص المنهج التجريبي فيما يلي:

1- يتطلب المنهج التجريبي تحكما كاملا في المتغيرات التجريبية.

2- يستخدم المنهج التجريبي مجموعة تحكم تمثل المجموعة الضابطة التي تستخدم للمقارنة.

3- يهتم المنهج التجريبي بالصدق الداخلي كهدف رئيسي للتأكد من أن التجربة حققت أهدافها. ويأتي في المرتبة الثانية الصدق الخارجي الذي يهتم بمدى القدرة على تعميم نتائج التجربة.

4- يقوم بتثبيت جميع متغيرات الدراسة عدا المتغير المستقل الذي يرغب الباحث في اختبار أثره على المتغير التابع.

خطوات المنهج التجريبي

يبدأ المنهج التجريبي بتحديد المشكلة، وتصميمها، ثم تحديد مفردات البحث وأدواته، ثم تصميم منهج البحث، ثم جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها، ثم صياغة النتائج. ويقوم البحث التجريبي على فرضية واحدة على الأقل، أما اختيار مفردات البحث فتتم من خلال إجراءات العينة الاحتمالية التي تتصف بوجود مجموعتين تمثل كل منهما جزءا من العينة، إحداهما هي مجموعة التجربة والأخرى هي المجموعة الضابطة، ويتم بعد ذلك تعريض مجموعة التجربة لمتغير مستقل، ويشترط أن تكون المجموعتان متماثلتان إلى أكبر حد ممكن كي تكون النتائج ذات مصداقية ودقيقة إلى أبعد الحدود.

ولأجل ذلك يتم اختيار المجموعتين بعدة طرق وهي كتالي:

1- اختيار مجموعة واحدة عشوائيا ثم تقسيمها عشوائيا كذلك إلى مجموعتين دون أن يكون هناك تحديد مسبق للمجموعة الضابطة أو مجموعة التجربة.

2- اختيار المفردات عشوائيا في مجموعة واحدة ثم تقسيمها إلى مجموعتين فرعيتين مع تحديد المجموعة الضابطة ومجموعة التجربة.

3- الاختيار الثنائي في كل مرة، بحيث يتم وضع إحداهما في المجموعة الضابطة التي سبق تحديـدها، والآخر في مجموعة التجربة التي سبق تحديدها هي الأخرى.

تصميم المجموعات التجريبية:

هناك العديد من الطرق التي يمكن استخدامها في تـصميم المجموعـات التجريبيـة لتكـون أكـثر تماثلا وتكافؤا. ومن هذه الطرق ما يلي:

1- سحب عينات المجموعات عشوائيا كلما أمكن ذلك: كأفضل أسلوب للـتحكم في كثـير مـن المتغـيرات. ويعني ذلك استخدام العشوائية في اختيار عينة البحث وتوزيعها في مجموعات.

2- استخدام طريقة المزاوجة: وهي مـن الطـرق المعروفـة لتحقيـق التـوازن في تـصميم المجموعـات، وتعني أن يقوم الباحث بتحديد عشوائي لأعضاء المجموعتين على أساس زوجي، بحيث يتفق كل فرد في خصائص محددة، ثم يتم تعيين أحدهما بالمجموعة التجريبية والآخر في المجموعة الضابطة.

3- مقارنة المجموعات المتجانسة: ويعني ذلك أن يتم اختيار عينة البحث بشكل يؤكد على تجانس جميع المفردات حول المتغير المراد دراسته، ثم توزيعها عشوائيا بين المجموعات التجريبية والضابطة.

4- استخدام مفردات البحث كوسيلة تحكم في المتغيرات الخارجية، وذلك للسيطرة على الاختلاف بين الأعضاء: ويتم ذلك من خـلال تعـريض المجمـوعتين للمعالجـة التجريبيـة في مجموعـة واحـدة، ثـم توزيعهما في مجموعة تجريبية وأخـرى ضـابطة، ثـم إجـراء المعالجـة التدريبيـة مـرة أخـرى عـلى المجموعة التجريبية فقط.

5- استخدام تحليل التباين كوسيلة إحصائية لتحقيق التـوازن بـين المجموعـات، خاصـة وأنـه يعتمـد الوسط الحسابي كنقطة إسناد، وذلك لأنه يضبط ويعدل درجات المتغير التابع سعيا لتلافي الفروق البيئية الناتجة عن متغيرات أخرى كالعمر أو الخبرة أو غير ذلك.

مراجع الفصل

أولا: المراجع العربية

1- إبراهيم العيسوي: **مفهوم السيناريوهات وطرق بنائها في مشروع مصر 2020** (القاهرة: منتدي العالم الثالث، مكتبة الشرق الأوسط، 1998).

2- أحمد زكي بدوي: **معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية** (بيروت: مكتبة لبنان ناشرون، 1993).

3- أحمد صدقي الدجاني: **"الدراسات المستقبلية وخصائص المنهج الإسلامي"**، المركز الإسلامي للدراسات المستقبلية، العدد 2، بيروت: 2001.

4- أحمد صدقي الدجاني: **"دراسة المستقبل برؤية مؤمنة مسلمة"**، مجلة المسلم المعاصر، مؤسسة المسلم المعاصر والمعهد العالمي للفكر الإسلامي، السنة السادسة عشرة، العدد 62، القاهرة: نوفمبر، ديسمبر، يناير 1992/1991.

5- أحمد محمد عبدالخالق: **استخبارات الشخصية** (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 1993).

6- ادوارد ج. بلاكيلي (محرر): **بحوث تنمية المجتمع**، ترجمة حمدي الحناوي، مراجعة مدحت محمد أبو النصر (قبرص: ميدتو للتنمية والرعاية الصحية، 1990).

7- آلفين توفلر: **صدمة المستقبل، المتغيرات في عالم الغد**، ترجمة محمد على ناصف (القاهرة: مكتبة نهضة مصر، 1974).

8- الهيئة العليا لتطوير مدينة الرياض: **بحوث ودراسات لتطوير مدينة الرياض** (الرياض: 2010).

9- أميرة محمد منتصر: **فعالية برنامج التدخل المهني من منظور الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية لتمكين المعاقين حركياً** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، رسالة دكتوراه غير منشورة، 2016).

10- جلال عبد الفتاح منصور: **البرنامج التدريبي تنمية مهارات الباحثين** (القاهرة والفيوم: الجمعية العربية للتنمية البشرية والبحث العلمي، أغسطس 2015).

11- جمال شحاتة حبيب: **مناهج البحث العلمي في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية** (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2013).

12- خلدون الشمعة: **"تعريفات حول المستقبلية: سوسيولوجيا المستقبل بين المستقبلية وعلم المستقبل"**، مجلة الإنماء العربي للعلوم الإنسانية، العدد العاشر، السنة الأولى، بيروت: إبريل 1979.

13- خير الدين حسيب: "**مستقبل الأمة العربية: التحديات والخيارات**"، التقرير النهائي لمشروع استشراف مستقبل الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، الجيزة: 1988.

14- د بلمودن: **الدراسات المستقبلية واستشراف المستقبل** (الرباط: مؤسسة دراسات وأبحاث، 2013).

15- داليا نعيم عبد الوهاب شلبي: **فعالية العلاج الأسري مع حالات النزاعات الزواجية** (القاهرة: رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2006).

16- ديوبولد فان دالين: **مناهج البحث التربية وعلم النفس**، ترجمة محمد نبيل وآخرون (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1985).

17- رمضان بسطاويسي محمد : "**بزوغ علم المستقبل**"، مجلة العربي، العدد 559، القاهرة: يونيو 2005.

18- روان جبسون (محرر): **إعادة التفكير في الأعمال** (أبو ظبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، 2004).

19- زينب الأشوح: **طرق وأساليب البحث العلمي** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2014).

20- سامر اللاذقاني: **دعوة لاستشراف المستقبل**، مايو 2005.

21- سماح سالم سالم ونجلاء محمد صالح: **طرق البحث في الخدمة الاجتماعية** (عمان: دار المسيرة، 2015).

22- سهيل عناية الله: **"استشراف مستقبل الأمة"**، مجلة إسلامية المعرفة، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، السنة الخامسة، العدد السابع عشر، صيف 1420هـ /1999م.

23- سيف الدين عبد الفتاح: الدراسات المستقبلية في عالم المسلمين: بين نهاية التاريخ (عمر أمة الإسلام) وصدام النبوءات... دراسة نقدية من منظور السنن، **الأمة في قرن 20002-001** (القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، الكتاب السادس، 2011).

24- ضياء الدين زاهر: "مقدمة في الدراسات المستقبلية: مفاهيم - أساليب- تطبيقات"، **سلسلة مستقبليات** (القاهرة: مركز الكتاب للنشر، المركز العربي للتعليم والتنمية، الكتاب الأول، 2004).

25- طارق عامر: **أساليب الدراسات المستقبلية** (عمان: دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، 2008).

26- عادل الريان: **مناهج وأخلاقيات البحث العلمي** (القاهرة: برنامج اليونسيف للتنمية، 2012).

27- عبدالباسط محمد حسن: **أصول البحث العلمي الاجتماعي** (القاهرة: مكتبة وهبة، ط 8، 1982).

28- عبد الكريم أبو الفتوح درويش: " إعداد سيناريوهات الإدارة الاستشرافية لمواجهة التحديات الأمنية "، **ندوة الإدارة الاستشرافية من منظور أمني**، مركز البحوث والدراسات الأمنية، وزارة الداخلية، أبو ظبي: 17-18 أبريل 2006.

29- على عبدالمعطي محمد ومحمد السرياقوسي: **أساليب البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح، 1988) .

30- على عسكر وآخرون: **مقدمة في البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح، 1992).

31- على معمر عبد المؤمن: البحث في العلوم الاجتماعية (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2008)

32- عمار بوحوش و محمد محمود الذنيبات: **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث** (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط 3، 2001).

33- عمار عوابدي: **مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في ميدان العلوم القانونية والإدارية** (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط 4، 2002).

34- عواطف شاكر محمود: "دور استشراف المستقبل في التخطيط الناجح للمنظمة"، **مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية**، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد 6، العدد 19، 2010.

35- غسان محمد صدقي وآخرون: **رؤية إستراتيجية للعمل الخيري السعودي** (جدة: المركز الدولي للأبحاث والدراسات - مداد، 2014).

36- فريدون محمد نجيب: "الإدارة الاستشرافية لمواجهة التحديات الأمنية"، **ندوة الإدارة الاستشرافية من منظور أمني**، مركز البحوث والدراسات الأمنية، وزارة الداخلية، أبو ظبي: 17-18 أبريل 2006.

37- قاسم جميل قاسم: "مفهوم وأهمية الإدارة الإستشرافية "، **ندوة الإدارة الإستشرافية من منظور أمني**، مركز البحوث والدراسات الأمنية، وزارة الداخلية، أبو ظبي: 17-18 أبريل 2006.

38- قدري حافظ طوقان : **وعي المستقبل** (بيروت: دار العلم للملايين، 1953).

39- قسطنطين زريق: **نحن والمستقبل** (بيروت: دار العلم للملايين، 1977).

40- لبني محمد عبد المجيد: "حدود مشكلات بحوث التدخل المهني في الخدمة الاجتماعية"، **مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية**، العدد 26، 1997.

41- لي ج. كاري (محرر): **تنمية المجتمع كعملية**، ترجمة أ.ج.خميس، مراجعة مدحت محمد أبو النصر (قبرص: ميدتو للتنمية والرعاية الصحية، 1990).

42- ماهر جمال الدين على: **البحث الأمني العلمي** (القاهرة: أكاديمية الشرطة، 1993).

43- محمد شفيق: **البحث العلمي** (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 1994).

44- محمد صادق إسماعيل: **البحث العلمي بين الواقع والمأمول** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2016).

45- محمود السيد أبو النيل: **علم النفس الاجتماعي** (القاهرة: دار النهضة العربية، ط 4، 1985).

46- محمود عبد الفضيل: **حوار مع المستقبل**، كتاب الهلال، العدد 531، القاهرة: مارس 1995.

47- محمود محمد محمود وآخرون: **البحث الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية** (القاهرة: مكتبة زهراء الشرق، 2007).

48- مدحت محمد أبو النصر: "ممارسة طريقة تنظيم المجتمع في إحدى الجمعيات الأهلية"، **المؤتمر العلمي السنوي لكلية الخدمة الاجتماعية**، جامعة حلوان، القاهرة: مارس 2000.

49- مدحت محمد أبو النصر: **إدارة الجودة الشاملة، إستراتيجية كايزن اليابانية في تطوير المنظمات** (القاهرة: المجموعة العربية للنشر والتوزيع، 2015).

50- مدحت محمد أبو النصر: **اعرف نفسك واكتشف شخصيتك** (القاهرة: ايتراك للنشر والتوزيع، 1999).

51- مدحت محمد أبو النصر: **البحث العلمي لظاهرة الانحراف الاجتماعي** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، ط2، 2015).

52- مدحت محمد أبو النصر: **البحث العلمي لظاهرة الانحراف والجريمة** (القاهرة: التعليم المفتوح، كلية الخدمة الاجتماعية، ط2، جامعة حلوان، 2014).

53- مدحت محمد أبو النصر: **البرنامج التدريبي تنمية مهارات الباحثين** (القاهرة والفيوم: الجمعية العربية للتنمية البشرية والبحث العلمي، أغسطس 2015).

54- مدحت محمد أبو النصر: **التخطيط للمستقبل في المنظمات الذكية** (القاهرة: المجموعة العربية للنشر والتوزيع، 2010).

55- مدحت محمد أبو النصر: **الخدمة الاجتماعية ورعاية الشباب في المملكة العربية السعودية** (الدمام: مكتبة المتنبي للنشر والتوزيع، 2013).

56- مدحت محمد أبو النصر: **الرعاية الاجتماعية في الإمارات** (العين: مكتبة دار الفلاح للنشر والتوزيع، 1996).

57- مدحت محمد أبو النصر: **رؤية مستقبلية للعمل التطوعي في الوطن العربي** (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2015).

58- مدحت محمد أبو النصر: **قواعد ومراحل البحث العلمي** (القاهرة: مجموعة النيل العربية للنشر والتوزيع، 2004).

59- مدحت محمد أبو النصر: **قواعد ومراحل البحث العلمي** (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2004).

60- مدحت محمد أبو النصر: **مقومات التفكير والتخطيط الإستراتيجي** (القاهرة: المجموعة العربية للنشر والتوزيع، 2011).

61- مدحت محمد أبو النصر وآخرون: **الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الأسرة والطفولة** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2003).

62- مصطفي محمد الفقي ومحمد أبو الحمد سيد: **"تفعيل الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية في مواجهة التطرف الفكري لدى الشباب الجامعي"**، كلية التربية، جامعة الأزهر، 2015.

63- منظمة الأسرة العربية: **ندوة مستقبل الأسرة العربية في ظل المتغيرات الحالية**، الشارقة: مايو 2012.

64- هادي نعمان الهيتي: **إشكالية المستقبل في الوعي العربي** (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2003).

65- هشام شرابي (محرر): **العقد العربي القادم: المستقبلات البديلة** (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1986).

ثانياً: المراجع الأجنبية

1- A. Black & J. Champion: **Methods and Issues in Social Research** (N.Y.: John Willey & Sons, 1976).

2- Goerge Zito: **Methodology and Meaning** (N.Y.: Holt, Pinehart & Winston, 1975).

3- Ken Browne: **An Introdution to Sociology** (Cambridge: Polity Press, 1992).

4- Martin B. Loeb: **"The Backdrop for Social Research"** , in Leonard S. Kogan (edr.) Social Science Theory and Social Work Research (N.Y.: NASW, 1960).

5- N. Polansky : **Social Work Research** (U.S.A.: Chicago University Press, 1962).

6- Robert L. Barker: **The Social Work Dictionary** (Washington DC.: ANSW Press, 4 th. Ed., 1999).

7- Rosaliw Ambrosino & et.al.: **Social Work & Social Welfare** (Australia: BROOKS/COLE, 4th. ed., 2005).

8- Lee J. Cary (edr.): **Community Development as a Process** (Columbia: Missouri Press , 1990).

9- Edward J. Blakely (edr.): **Community Development Research** (N.Y.: Human Sciences Press , 1990).

10- D.J. Casley & D.A. Lury: **Data Collection in Developing Countries** (Oxford: Oxford Univ. Press, 1982).

11- F.M. Loewenberg: **Fundamentals of Social Intervention** (N.Y.: Columbia University Press , 1983).

12- D.A. Lury: **Data Collection in Developing Countries** (Oxford: Clarendon Press, 1982).

13- Fredrick Weteny**: The Elements of Research** (N.J.: Prentice Hall, 1950).

14- K.D. Hopkins & J.C. Stanley: **Educational and Psychological Measurement and Evaluation** (N.Y.: Prentice Hall, Inc., 1981).

15- Louise H. Kidder & Charles M. Judd: **Social Research Relations Methods** (N.Y.: CBS Publishing , 5th. ed., 1986)

16- Medhat M. Abo El Nasr & Martin Read: "How Many People Should I Tolk To? The Classic Problem of Appropriate Sample Size in Survey Research ", Social Research Unit, **Research Guide Series**, No. 4, Univ. of Wales, 1991.

17- Nan Lin: **Foundations of Social Research** (N.Y.: Mc Graw - Hill, 1976).

18- P. Leedy: **Practical Research** (London: Collier Macmillan , 1974).

19- Alvin Toffler**: Future Shock** (London: Bantam Books , 1970).

20- Alvin Toffler: **The Third Wave** (London: Financial Times Management , 1980).

21- Barrie Gunter & Janckie Harrison: **Violence on T.V.** (London: Ronaled Inc., 2005).

22- C. R. Ahrons & R.H. Rodgers: **Divorced Families** (N.Y.: W.W. Norton, 1998).

23- David Cooper: **The Death of the Family** (U.K.: Penguin , 1986).

24- David Dooley: **Social Research Methods** (N.Y.: Prentice Hall, Inc., 1984).

25- F. F. Furstenberg & A. J. Chrlin: **Divided Families** (Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1999).

26- Genevieve Clapp: **Divorce & New Beginnings** (N.Y.: John Wiley & Sons, Inc., 1992).

27- Ian Show: **Preventing Family Violence** (London: Longman, 2005).

28- L. Halem: **Separated and Divorced Women** (Westport, Conn.: Greenwood Press, 1992).

29- Lane Jennings: **"The Futures Research Directory's and Periodicals"**, World Future Society Journal , No. 94 , 1993.

30- Michael Man: **Encyclopedia of the Social Sciences** (London: London School of Economics, 2000).

31- Oxford: **Oxford Dictionary** (Oxford: Oxford Press, 2014).

32- Piotr sztompka: **The Sociology of Social Change** (U.K.: Balckwell pub., 1994).

33- R.E. Emery: **Marriage, Divorce and Children's Adjustment** (Beverly Hills, Calif: Sage Publications., 1998).

34- Robert L. Barker: **The Social Work Dictionary** (Washington, D.C. NASW Press, 4th ed., 1999).

35- Ronald Walton: **Family Violence** (Cardiff: Wales University Press, 2005).

36- Rowan Gibson(edr.): **Rethinking the Future: Rethinking Business, Principles, Competition, Control & Complexity, Leadership, Markets** (London , Boston: Nicholas Brealey ,1998).

ثالثا: مواقع شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)

- http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=217525
- http://gapl.yoo7.com/t70-topic

الفصل الثامن

مجالات البحث والعينات

ويشتمل النقاط التالية:

- مجالات البحث
- تحديد أساليب جمع البيانات
- تحديد نوع العينة
- تحديد حجم العينة

الفصل الثامن

مجالات البحث والعينات

مجالات البحث:

يقصد مجالات البحث Research Fields الحدود التي سيلتزم بها الباحث عند تنفيذ بحثه. وسواء كان اسمها مجالات أو حدود فإنه يمكن تحديد ثلاثة مجالات لأي بحث، كالتالي:

1-المجال المكاني:

ويقصد به الحدود الجغرافية أو المكان الجغرافي الذي سيتم إجراء البحث عليه. وقد يكون مؤسسة أو جمعية أو وزارة أو حارة أو شارع أو حي أو منطقة أو مدينة أو محافظة أو الدولة ككل أو أكثر من دولة...

وعلى الباحث أن يقدم مبررات اختيار المجال المكاني الذي سيتم إجراء البحث عليه. ومن هذه المبررات على سبيل المثال: عمل الباحث في المؤسسة أو الجمعية أو الشركة أو المكان الذي سيتم تطبيق البحث فيها أو بها، وموافقة المسئولون على إجراء البحث،...

2- المجال الزمني:

ويقصد به الحدود الزمنية أو التوقيتات الزمنية المهمة في رحلة البحث، مثل: الفترة الزمنية من بداية البحث إلى نهايته، فترة تصميم أدوات جمع البيانات، فترة إجراء اختبارات الصدق والثبات لأدوات جمع البيانات، تواريخ الحصول على الموافقات الرسمية لجمع البيانات، فترة جمع البيانات أو فترة التدخل المهني أو فترة إجراء التجربة...

3- المجال البشري:

ويقصد به الحدود البشرية والتي تتمثل في مجتمع أو مجتمعات البحث وعينة أو عينات البحث. ويختلف مجتمع البحث عن المجتمع بمفهومه العام، إذ أن مجتمع البحث يمثل جزءًا من المجتمع العام، لذا يمكن تعريف مجتمع البحث بأنه: جميع مفردات الظاهرة التي يقوم بدراستها الباحث. وبالنسبة لموضوع تحديد نوع وحجم عينة البحث فسيتم الحديث عنه لاحقا في بند خاص به.

وعلى الباحث أن يقدم مبررات اختيار مجتمع البحث أو عينة البحث. ومن هذه المبررات على سبيل المثال: وجود الظاهرة أو المشكلة التي يهتم بها البحث في مجتمع أو عينة البحث، موافقة مجتمع أو عينة البحث على تطبيق البحث عليهم،...

تحديد أسلوب جمع البيانات:

بعد تحديد مجتمع البحث بشكل سليم ودقيق وواضح، ووجد أن مجتمع البحث صغير الحجم بطبيعته، فإنه من الأفضل استخدام أسلوب الحصر الشامل بمعني تطبيق البحث على جميع مفردات مجتمع البحث. أما إذا وجد الباحث أن مجتمع البحث كبير الحجم وأدرك الباحث أنه لا يستطيع من حيث الوقت والمجهود والتكاليف أن يقوم بتطبيق أداة جمع البيانات على كل مفردات مجتمع، فعلي الباحث أن يأخذ عينة ممثلة لهذا المجتمع.

وفي ضوء ما سبق يمكن تحديد أسلوبين لجمع البيانات هما:أسلوب الحصر الشامل وأسلوب العينة. والجزء التالي سيلقي الضوء على هذين الأسلوبين، والحديث عن أنواع العينات.

أولا: أسلوب الحصر الشامل **Census**

الحصر الشامل أو التعداد يقصد به جمع البيانات من جميع مفردات المجتمع. ففي تعداد السكان مثلاً يزور مندوب التعداد الأسر في جميع مناطق الدولة.ويمكن استخدام أسلوب الحصر الشامل عندما يكون حجم المجتمع محدود. أما إذا كان حجم المجتمع كبير ومترامي الأطراف، فإن عيوب الحصر الشامل تظهر وهي كالتالي:

1- الحاجة إلى تكاليف عالية.

2- الحاجة إلى وقت متسع.

3- الحاجة إلى باحثين كثيرين.

4- الحاجة إلى مجهود كبير في جمع البيانات وتحليلها.

5- نظرا لكبر حجم المجتمع والبحث والبيانات فإن نتائج البحث بأسلوب الحصر الشامل غالباً ما تظهر أو تتاح إلا بعد فترة زمنية كبيرة قد تكون سنة أو أكثر.

ثانيا: أسلوب العينة **Sample**

العينة هي عدد من المفردات التي تم أخذها من مجتمع البحث، والمفروض أخذه بطريقة سليمة وبطريقة ممثلة لمجتمع البحث بحيث تعبر عنه وعن معالمه أو خصائصه الرئيسية. ويقصد بأسلوب العينة أخذ جزء وليس كل المجتمع، أي جمع البيانات من بعض مفردات المجتمع. ويمكن تحديد مميزات أسلوب العينة (وهي عكس أسلوب الحصر الشامل) كما يلي:

1- ذات تكاليف معقولة إذا ما تم مقارنتها بأسلوب الحصر الشامل.

2- يوفر كثير من الوقت.

3- لا يحتاج إلى كثير من الباحثين.

4- لا يحتاج إلى مجهود كبير في جمع البيانات وتحليلها.

5- نتائج بحوث العينات تظهر أو تتاح بعد فترة زمنية معقولة

6- الأسلوب الوحيد الممكن في كثير من العمليات مثل مراقبة جودة الإنتاج الصناعي أو الزراعي، أو مثل دراسة رأي أو اتجاهات الناس تجاه جهاز الشرطة...

تحديد نوع العينة:

لتحديد حجم ونوع العينة لابد من تحديد إطار المعاينة Sampling Frame. ويقصد به القوائم والسجلات والملفات والإحصاءات التي تشتمل على جميع مفردات المجتمع وبيانات عنها.

ومن الضروري أن يكون إطار المعاينة كاملاً يضم جميع مفردات المجتمع المراد دراسته، وشاملا لجميع البيانات التي يريدها الباحث، وحديثاً يحتوي على بيانات حديثة Up - to - date، وصحيحاً يحتوي على بيانات سليمة يمكن الثقة فيها. وتوافر هذه الصفات في إطار البحث يقلل بشكل كبير من أخطاء التحيز Bais Error.

اختيار نوع العينة المناسب:

هناك أنواع عديدة من العينات. وعادة ما يميز المختصون في علم الإحصاء والعينات بين نوعين من أنواع العينات، هما:

العينات الاحتمالية والعينات غير الاحتمالية. ففي العينات الاحتمالية (العشوائية) Random samples يكون اختيار مفردات العينة عشوائيًا وفقًا لقوانين الاحتمالات؛ بحيث يكون احتمال ظهور أي مفردة في العينة معلومًا قبل عملية السحب الفعلي للعينة. بمعني أن العينات العشوائية تتميز بأنها تتيح الفرصة لجميع أفراد المجتمع الأصلي للدخول ضمن عينة البحث بصورة متكافئة، دون تحيز أو تدخل مباشر من الباحث في ذلك

أما العينات غير الاحتمالية (غير العشوائية) Non-random samples فلا تخضع لقوانين الاحتمالات؛ حيث إن فرص ظهور المفردات في العينة غير معلومة، وتكون عملية اختيار المفردات خاضعة لعدد من المبادئ والتي منها السهولة، كأن نختار المفردات التي يمكن الوصول إليها بسهولة أو الحكم الشخصي، كأن يتم اختيار المفردات التي نرى أنها تمثل المجتمع محل الاهتمام، ويعيب تلك العينات التحيز.

وعلى الباحث أن يختار النوع المناسب لبحثه. فعليه أن يفاضل بين هذه الأنواع لاختيار النوع الذي يعطيه أدق النتائج بأقل التكاليف. والآتي بعض أنواع العينات سيتم الحديث عنها بإيجاز:

1-العينة العشوائية البسيطة **Simple Random Sample**

هي العينة التي يتم اختيار مفرداتها على أساس عشوائي، بمعنى إعطاء فرص متساوية لجميع وحدات المجتمع في الظهور في العينة، دون أي تحيز لأي وحدة.

وتستخدم هذه العينة عندما يكون مجتمع البحث ذا درجة تجانس عالية ومحدود الحجم نسبياً. ويتم سحب مفردات العينة العشوائية عن طريق الاختيار بالقرعة وذلك في حالة صغر حجم المجتمع أو باستخدام جدول الأرقام العشوائية في حالة كبر حجم المجتمع.

أ- **طريقة القرعة:** وتتم بأن يقوم الباحث بترقيم جميع أفرد المجتمع الأصلي، ثم يضعها في وعاء أو صندوق مناسب، ثم يجري عملية السحب حتى يتم الحصول على العينة المحددة. وربما يجد الباحث صعوبة في إجرائها يكون حجم المجتمع الأصلي كبيرًا، مما يجعله يلجأ إلى طريقة أفضل وأسهل طريقة جداول الأرقام العشوائية.

ب- **طريقة جداول الأرقام العشرية:** وتتم هذه الطريقة بأن يقوم الباحث بوضع جميع أفرد المجتمع على هيئة جداول عشرية، ثم يقوم بتحديد الأرقام المطلوبة عشوائياً، سواء أفقياً أو عمودياً.

2- العينة الغرضية / القصدية**Purposive Sample**

عندما لا يتمكن الباحث من اختيار عينة عشوائية من المجتمع الأصلي لأي سبب من الأسباب التي يراها مقنعة له، أو أنه يرغب في الحصول على عينة ذات مواصفات وخصائص محددة فإنه يلجأ إلى اختيار عينة تسمى العينة القصدية أو الغرضية، أي أنه يقصد أفراداً مخصوصين من مجتمع الدراسة. ويؤخذ على هذا النوع من العينات أنه غير عشوائي ومتحيز في نفس الوقت.

3- العينة الحصصية**Quota Sample**

لاختيار عينة من هذا النوع، فإن الباحث يعمل على تقسيم المجتمع الأصلي إلى حصص معينة تشبه إلى حد كبير طريقة اختيار العينة الطبقية التناسبية، لكنها تختلف عنها في أن عملية الاختيار لا تتم بطريقة عشوائية، إنما تتم بطريقة حصصية تعتمد على الباحث نفسه في تحديد العينة.

وأفضل ما في هذه الطريقة التباين بين عدد أفراد العينة والعدد الكلي لمجتمع الدراسة

الأصلي، ويؤخذ على هذه العينات بأنها متحيزة وغير عشوائية، وهذا من شانه أنه يؤثر على صحة النتائج التي يحصل عليها الباحث، مما يشكل صعوبة كبيرة في عملية تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

4- العينة المنتظمة**Regular Sample**

عندما يكون حجم المجتمع كبيراً، ويراد سحب عينة عشوائية منه، مما يصعب معه استخدام جداول الأرقام العشوائية، فقد يكون من الممكن استخدام العينة المنتظمة.

في العينة المنتظمة يتم اختيار أول مفردة عشوائياً، ثم يتم اختيار باقي المفردات على أبعاد رقمية منتظمة بين المفردات، بحيث تكون المسافة بين أي مفردتين متتاليتين ثابتة في جميع الحالات.

5- العينة الطبقية **Stratified Sample**

يحدث في كثير من الأحيان أن يكون مجتمع البحث غير متجانس كأن يكون مقسماً إلى فئات من ناحية السن والنوع أو الموطن أو الدين أو المهنة.. في هذه الحالة يصبح من الضروري اختيار عينة طبقية تتمثل فيها الفئات المختلفة بنسب وجودها في المجتمع الأصلي.

هذا ويتم توزيع العينة على الطبقات المختلفة إما بأسلوب التوزيع المتناسب وذلك حسب حجم كل طبقة، بمعني أن حجم العينة من الطبقة الكبيرة سيكون أكبر من حجم العينة من الطبقة الصغيرة. أما بأسلوب التوزيع الأمثل فيتم تحديد حجم العينة بناء على كل من: حجم الطبقة ودرجة التجانس أو تشتت كل طبقة. بمعنى أن حجم العينة من أحد الطبقات سيكون كبيراً إذا كان حجم الطبقة كبيراً وتباينها كبيراً.

وعندما يتم اختيار المفردات من كل طبقة بشكل عشوائي فإن العينة يطلق عليها عينة طبقية عشوائية. وعندما يتم اختيار المفردات من كل طبقة بشكل غير عشوائي فإن العينة يطلق عليها عينة طبقية عمدية أو غير عشوائية.

6- العينة العمدية **Purposive Sample**

قد يضطر الباحث أن يأخذ عينة عمدية في بحثه، ولا يستطيع تطبيق مبدأ الاختيار العشوائي Randomness، وذلك نظراً لعدم توفر إطاراً للبحث أو توفره ولكنه لا يتصف بالصفات التي ذكرناها من قبل.

وبالطبع فإن نتائج البحوث التي تعتمد على عينات عمدية نسبياً يرتفع فيها خطأ التحيز، وتقل جودة تمثيل العينة للمجتمع الأصلي.

7- العينة متعددة المراحل **Multi- Stage Sample**

العينة متعددة المراحل أو العينة العنقودية Cluster Sample أو العينة المساحية Area Sampleتستخدم في حالة كبر حجم المجتمع وتعذر استخدام الأنواع الأخرى من العينات نظراً لانتشار وحدات المجتمع في مساحات جغرافية واسعة ولصعوبة إعداد قوائم تفصيلية لهذه الوحدات، فإنه من الممكن تركيز البحث في مناطق أو مساحات معينة.

بمعني أنه عندما يكون المجتمع الأصلي للبحث يتكون من تجمعات أو وحدات متشابهة إلى حد كبير في الخصائص والسمات، فمثلاً: عندما يتكون المجتمع من عدد من المدن أو المدارس أو من الجمعيات الأهلية أو من الشركات... ففي هذه الحالة يعمد الباحث إلى تقسيم المجتمع إلى أقسام أو مجموعات أو عناصر متجانسة ثم على تفريعات على هيئة تشبه العناقيد.

فعلى سبيل المثال قد يختار الباحث مثلاً عينة عشوائية أو منتظمة من الإمارات السبع التي تدخل في إطار البحث، ثم يختار من بين هذه الإمارات المختارة عينة من المدن، ثم يختار من بينها عينة من المناطق ثم الأحياء ثم الشوارع... وهكذا.

مثال آخر: فلنفرض أن مدينة القاهرة تشتمل على خمسة مكاتب للتربية والتعليم في المناطق الجغرافية التالية: الشمال والجنوب والشرق والغرب والوسط. ثم نقوم بتقسيم المناطق الجغرافية إلى أحياء سكنية تحتوي عدد من المدارس جغرافياً. ثم نختار من كل حي عدد محدد من المدارس عشوائياً. أي إن كل مرحلة من هذه المراحل تشكل عنقوداً.

كيفية تحديد الحجم المناسب للعينة:

تُعد العينات من الأدوات الرئيسية التي يتم من خلالها جمع والحصول على البيانات والمعلومات المطلوبة من مجتمع البحث. وليس معنى ذلك أن عملية الحصول على وتحديد نوع وحجم العينات من الأمور السهلة أو البسيطة. ولكن هناك طرق علمية محددة وشروط دقيقة للجوء إلى العينات في عملية البحث العلمي وإجراءاته المختلفة.

إن تحديد حجم العينة بشكل غير علمي قد يؤدي إلى أنها قد تكون صغيرة جداً أو كبيرة جداً. فإذا أخذنا عينة كبيرة جداً فإن ذلك يتطلب تكاليف كبيرة ووقت وجهد كبيران. وإذا أخذنا عينة صغيرة فإن ذلك يؤدي إلى قلة الدقة في النتائج.

العوامل المؤثرة في تحديد حجم عينة البحث:

هناك عوامل مؤثرة عديدة تؤثر في تحديد الحجم المناسب للعينة، نذكر منها:

1- أن حجم العينة المناسب يعتمد على الهدف الذي تُجرى الدراسة من أجله، وعلى طبيعة مجتمع البحث بالإضافة إلى متغيرات الدراسة، ونمط العلاقات التي يرغب في الكشف عنها.

2- حجم المجتمع الأصلي، فالعلاقة طردية بين حجم العينة وحجم المجتمع. فكلما زاد حجم المجتمع لابد أن يتم زيادة حجم العينة المختارة في البحث.

3- أن الزيادة في حجم العينة يمكن أن يوفر تمثيلاً أعلى لخصائص المجتمع، وبالتالي تعميم أصدق لنتائج البحث.

4- القاعدة الأساسية في تحديد حجم العينة هي أن العينات ذات الحجم الكبير أفضل من العينات ذات الحجم الصغير بصفة عامة.

5- الإمكانات البشرية والمالية والمادية المتاحة للباحث.

6- الوقت المحدد للبحث.

7- درجة الثقة Confidence Degree التي يحتاجها الباحث في البيانات (90% أو 95% أو 99%) وتمثل مستوى التأكيد بأن خصائص البيانات التي جمعت سوف تمثل المجتمع

الأصلي، ويفضل اعتماد درجة الثقة 95 % في بحوث العلوم الإنسانية والاجتماعية.

8- درجة حرص الباحث على تقليل نسبة خطأ الصدفة Chance Error الذي ينشأ نتيجة الفروق بين خصائص مفردات العينة المختارة عن مفردات المجتمع الأصلي. ويقل احتمال حدوث هذا الخطأ كلما كبر حجم العينة.

9- مستوى الدقة Level Precision المطلوبة، وتعني الدقة التي يراها الباحث والتي سوف تساعده في تحقيق نتائج جيدة، بحيث يكون هناك هامش بسيط للخطأ في حجم العينة. أيضا كلما كان القرار المعتمد على هذه الدراسة مهما، كنا بحاجة إلى حجم عينة كبير لتعطي الدقة المطلوبة في نتائج الدراسة.

10- مستوى التعميم Generalization Level المطلوب، فكلما كان تعميم نتائج الدراسة مطلوب على مستوى كبير كنا بحاجة إلى حجم عينة كبير لتعطي الثقة اللازمة لتعميم نتائج الدراسة.

11- التباين Variance في المجتمع الأصلي للدراسة، فكلما زاد التباين بين أفراد المجتمع فإن هذا يتطلب من الباحث أن يستخدم عينة ذات حجم كبير دون النظر على الحجم الكلي للمجتمع، وإذا كان متجانساً أصبح الأمر خلاف ذلك. بمعنى أنه كلما زاد التجانس بين مفردات مجتمع البحث، كلما كان حجم العينة اللازم لتمثيل مجتمع البحث أقل. والعكس صحيح، فكلما زاد التباين بين مفردات مجتمع البحث كلما كان حجم العينة اللازم لتمثيل المجتمع أكبر.

12- نوع ومنهج البحث المستخدم له دور في تحديد حجم العينة، فعلي سبيل المثال فالدراسات الوصفية والتي تستخدم منهج المسح الاجتماعي تحتاج إلى حجم كبير من العينات لتمثيل المجتمعات البحثية بشكل أمين، أما الدراسات التجريبية ودراسات شبه التجريبية ودراسات التدخل المهني والتي تستخدم المنهج التجريبي فتحتاج إلى حجم صغير من العينات.

قواعد عامة إرشادية في تحديد الحجم المناسب لعينة البحث:

أورد المختصون في علم الإحصاء والعينات القواعد التالية التي يمكن الاسترشاد بها لتحديد الحجم المناسب لعينة البحث:

1- بصفة عامة يجب ألا يقل حجم العينة بأي حال من الأحوال عن 30 مفردة. حتى يمكن استخدام المعادلات الإحصائية مع البيانات التي تم جمعها دون مشكلات، وحتى تعطي دلالة إحصائية. وإن كانت هذه الطريقة صعب تحقيقها عند استخدام منهج دراسة الحالة الذي غالباً ما يأخذ عدد أقل من الحالات.

2- من 30 إلى 500 مفردة يعتبر ملائمًا لمعظم الأبحاث والدراسات.

3- يجب ألا يقل عدد المفردات لكل طبقة عن 30 مفردة في العينات الطبقية.

4- قد يكون حجم عينة البحث من 10 إلى 30 مفردة لكل من المجموعة الضابطة والمجموعة التجريبية مقبولاً إذا كان البحث تجريبيًا أو شبه تجريبي أو من بحوث التدخل المهني، وحجم الضبط والرقابة عالٍ ومبرر من الباحث.

5- في الدراسات الوصفية ينصح باستخدام ما نسبته (20% من أفراد مجتمع صغير نسبيًا(بضع مئات)و10% لمجتمع كبير (بضعة آلاف)و5% لمجتمع كبير جدًا (عشرات الآلف.

الأساليب غير الصحيحة في تحديد حجم العينة:

1- أن يأخذ الباحث عينة يتناسب حجمها مع قدراته المالية.

2- أن يأخذ الباحث عينة حجمها مثل حجم دراسة من الدراسات السابقة لبحثه.

3- أن يقوم الباحث بأخذ عينة حجمها 100 مفردة، حتى يمكن تسهيل عمل الباحث للنسب المئوية وتسهيل قراءة نتائج البحث على المهتمين به.

4- بأن يقوم الباحث بأخذ عينة تمثل (عشر) المجتمع.

الأساليب الصحيحة في تحديد حجم العينة:

1- تحديد حجم عينة البحث بأخذ المتوسط الحسابي لأحجام العينات في البحوث

والدراسات السابقة، وخاصة البحوث والدراسات التي لها نفس التصميم البحثي والمنهجي للدراسة.

2- استخدام المعادلة الإحصائية التالية في تحديد حجم العينة:

حجم العينة المستهدف دراستها = متوسط عدد الحالات الممكن دراستها في اليوم الواحد × إجمالي عدد الأيام المخصصة لجمع البيانات من الميدان

فعلي سبيل المثال: إذا كان الباحث يستطيع جمع البيانات بواسطة أداة جمع البيانات من 6 حالات يوميا، وإذا كان مخصص لعملية جمع البيانات من الميدان 30 يوم، فيكون حجم العينة = 6 × 30 = 180 حالة أو مفردة.

3- استخدام المعادلة الإحصائية التالية في تحديد حجم العينة:

$$N= \frac{ى^2 \times 6^2}{د^2}$$

N هي حجم العينة الأمثل.

ى هي معامل الثقة (مثل: 1.96 أو 2.58).

6 هي الانحراف المعياري للمجتمع ويمكن استبدالها بـ ع الانحراف المعياري للعينة.

د هو خطأ التقدير بمعنى الخطأ المسموح في اتجاه واحد، أي الفرق بين الوسط الحسابي للمجتمع والوسط الحسابي للعينة.

4- تحديد حجم عينة البحث عن طريق بعض المواقع الخاصة بتحديد أو حساب Sample Size Calculator حجم العينات سريعة ومجانية وفي الوقت نفسه دقيقة، ومن هذه المواقع:
http://www.surveysystem.com/sscalc.htm

وحتى يحصل الباحث على حجم العينة عن طريق هذه المواقع لابد من معرفة حجم مجتمع البحث وتحديد درجة الثقة المطلوبة سواء كانت 95% أو 99%.

5- تحديد حجم عينة البحث بواسطة بعض الجداول الجاهزة والتي أعدها بعض المختصين

في علم الإحصاء والعينات لتسهيل عملية تحديد حجم العينة في حالة معرفة حجم مجتمع البحث. انظر على سبيل المثال:

Medhat M. Abo El Nasr & Martin Read: "How Many People should I Talk Too ? The classic Problem of Appropriate Sample Size in Survey Size in survey Research", Research Guide Series, Social Research Unit, series 4, Univ. of Wales, 1991

تحديد حجم العينة

Table for Determining Sample Size From a Given Population

N	S	N	S	N	S
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	376
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	1000000	384

خصائص العينة المناسبة أو المثالية:

العينة المناسبة أو المثالية هي العينة التي تتوافر فيها عدة خصائص نذكر منها:

1- أنه قبل اختيار العينة لابد من تحديد مجتمع البحث بشكل سليم ودقيق وواضح الحدود...

2- أن حجم المجتمع كبير وبالتالي فإنه من الأفضل استخدام أسلوب العينة وليس أسلوب الحصر الشامل.

3- أن العينة تمثل المجتمع تمثيل صادق وأمين، بمعنى ضرورة أن تتشابه خصائص العينة مع خصائص المجتمع.

4- تطبيق مبدأ الاختيار العشوائي في تحديد مفردات العينة.

5- تحديد وحدة المعاينة بشكل دقيق وواضح. فالعينة تتكون من مجموعة من الوحدات أو المفردات، وقد تكون وحدة المعاينة: فرد أو جماعة أو أسرة أو مدرسة أو جمعية أو شركة أو حارة أو شارع...

6- تحديد نوع العينة المناسب لتحقيق أهداف البحث.

7- تحديد حجم العينة بالشكل العلمي السليم والمتمثل بالاستفادة من الأساليب الصحيحة في تحديد حجم العينة.

8- أخذ عدد إضافي من مفردات المجتمع زيادة على حجم العينة المحدد، وذلك تجنبا لمشكلات يمكن أن تواجه الباحث عند جمعه للبيانات من الميدان أو عند مراجعة لأدوات جمع البيانات.

مراجع الفصل

أولا: المراجع العربية

1- أحمد عباده سرحان وثابت محمود أحمد: **مقدمة في العينات** (القاهرة: دار الكتب الجامعية، 1971).

2- أحمد محمد عبدالخالق: **استخبارات الشخصية** (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 1993).

3- جلال عبد الفتاح منصور: **البرنامج التدريبي تنمية مهارات الباحثين** (القاهرة والفيوم: الجمعية العربية للتنمية البشرية والبحث العلمي، أغسطس 2015).

4- ديوبولد فان دالين: **مناهج البحث التربية وعلم النفس**، ترجمة محمد نبيل وآخرون ومراجعة سيد أحمد عثمان (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1985).

5- زينب الأشوح: **طرق وأساليب البحث العلمي** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2014).

6- سعود ضحيان الضحيان: **العينات والمتغيرات** (الرياض: مكتبة جرير، 2012).

7- سماح سالم سالم ونجلاء محمد صالح:**طرق البحث في الخدمة الاجتماعية** (عمان: دار المسيرة، 2015).

8- عبدالباسط محمد حسن: **أصول البحث العلمي الاجتماعي** (القاهرة: مكتبة وهبة، ط 8، 1982).

9- على عبدالمعطي محمد ومحمد السرياقوسي: **أساليب البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح، 1988) .

10- على عسكر وآخرون: **مقدمة في البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح، 1992).

11- على معمر عبد المؤمن: **البحث في العلوم الاجتماعية** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2008).

12- ماهر جمال الدين على: **البحث الأمني العلمي** (القاهرة: أكاديمية الشرطة، 1993).

13- محمد شفيق: **البحث العلمي** (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 1994).

14- محمد صادق إسماعيل: **البحث العلمي بين الواقع والمأمول** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2016).

15- محمود السيد أبو النيل: **علم النفس الاجتماعي** (القاهرة: دار النهضة العربية، ط 4، 1985).

16- محمود محمد محمود وآخرون: **البحث الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية** (القاهرة: مكتبة زهـراء الشرق، 2007).

17- مدحت محمد أبو النصر: **قواعـد ومراحـل البحـث العلمـي** (القـاهرة: مجموعـة النيـل العربيـة، 2004).

18- مدحت محمد أبو النصر: **البحث العلمي لظـاهرة الانحـراف والجريمـة** (القـاهرة: كليـة الخدمـة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2014).

19- مدحت محمد أبو النصر: **البحث العلمي لظاهرة الانحراف الاجتماعـي** (القـاهرة: كليـة الخدمـة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2015).

20- مدحت محمد أبو النصر: **البرنامج التدريبي تنمية مهارات الباحثين** (القـاهرة والفيـوم: الجمعيـة العربية للتنمية البشرية والبحث العلمي، أغسطس 2015).

ثانيا: المراجع الأجنبية

1- David Dooley: **Social Research Methods** (N.Y.: Prentice Hall, Inc., 1984).

2- Deobold B. Van Dalen: **Understanding Education Research** (N.Y.: Mc Graw Hill, 1962).

3- D.J. Casley & D.A. Lury: **Data Collection in Developing Countries** (Oxford: Clarendon Press, 1982).

4- F.M. Loewenberg: **Fundamentals of Social Intervention** (N.Y.: Columbia University Press , 1983).

5- Fredrick Weteny: **The Elements of Research** (N.J.: Prentice Hall, 1950).

6- K.D. Hopkins & J.C. Stanley: **Educational and Psychological Measurement and Evaluation** (N.Y.: Prentice Hall, Inc., 1981).

7- Louise H. Kidder & Charles M. Judd: **Social Research Relations Methods** (N.Y.: CBS Publishing , 5th. ed., 1986)

8- Medhat M. Abo El Nasr & Martin Read: "How Many People Should I Tolk To? The Classic Problem of Appropriate Sample Size in Survey Research", Social Research Unit, **Research Guide Series**, No. 4, Univ. of Wales, 1991.

9- Nan Lin: **Foundations of Social Research** (N.Y.: Mc Graw - Hill, 1976).

10- P. Leedy: Practical Research (London: Collier Macmillan , 1974).

11- W. G. Cochran: Sampling Techniques (N.Y.: John Wiley & Sons, 2nd., 1963).

ثالثا: مواقع شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)

- http://kenanaonline.com/users/malshaarawy/posts/
- http://www.alukah.net/web/khedr/0/51829aculty.mu.edu.sa/download.php…
- https://.facebook.com/AsasyatAlbhthAllmy Research Method
- http://www.surveysystem.com/sscalc.htm

الفصل التاسع

أدوات جمع البيانات

ويشتمل على النقاط التالية:

- مقدمة
- الملاحظة
- المقابلة
- الاستبيان
- المقاييس
- تحليل المحتوي أو المضمون
- الزيارات المنزلية
- اختبار صدق وثبات أدوات جمع البيانات

الفصل التاسع

أدوات جمع البيانات

مقدمة:

ولتجميع البيانات والمعلومات للإجابة عن تساؤلات البحث أو لاختبار صدق أو عدم صدق فروض البحث على الباحث إما استخدام المستندات والوقائع والخرائط والأفلام... أو الرجوع للميدان وعمل المقابلات أو توزيع الاستبيانات أو القيام بالملاحظة العلمية...، ويقوم الباحث بتصميم أدوات جمع البيانات (مثل: استمارة المقابلة أو استمارة الاستبيان أو دليل الملاحظة أو المقياس أو دليل تحليل المحتوي أو المضمون...).



ويقصد بمصطلح الأداة Tool بأنها الوسيلة المستخدمة في جمع البيانات. بمعني أن الأداة هي الوسيلة التي يعدها أو يصممها الباحث ليستخدمها في جمع البيانات المطلوبة في بحثه،حيث أن هنا كثير من الأدوات التي يمكن استخدامها الباحث في إجراء بحثه العلمي. علما بأن هناك بحوث ودراسات تحتاج من الباحث استخدام أكثر من أداة في عملية جمع البيانات.

نقطة مهمة هي أنه لا يوجد أداة مثالية ونموذجية ومنفردة هي الأفضل. حيث أن كل أداة لها ايجابيات ولها سلبيات. لذا يُقترح هنا إن أمكن أن يستخدم الباحث أكثر من

أداة في جمع البيانات. أيضا لابد من توضيح نقطة أخرى وهـي أن الأداة المناسـبة لبحـث معـين قـد لا تناسب بحثا أخر. إن عملية اختيار أداة جمع البيانات يعتمد على عدة عوامل منها:

موضوع البحث وطبيعته وخصائصه ...

طبيعة مجتمع البحث أو عينته (مثـل عـلى سـبيل المثـال: المـستوى التعليمـي والمهنـي لمجتمـع البحث أو عينته ولحجم مجتمع البحث أو عينته ومعدلات انتشاره الجغرافي ...).

ظـروف الباحـث مـن حيـث قدراتـه الماليـة والوقـت المتـاح للبحـث وخبراتـه في أداوت جمـع البيانات...

ومن أدوات جمع البيانات الواسعة الانتشار والاستخدام في العلوم الاجتماعية والإنـسانية ومهنـة الخدمة الاجتماعية، نذكر منها:

1- الملاحظة Observation
2- المقابلة Interview
3- الاستبيان Questionnaire
4- المقاييس Scales
5- تحليل المحتوى أو المضمون Content Analysis
6- الزيارات المنزلية Home Visits
7- الزيارات الميدانية Field Visits

هذا ويمكن استخدام أداة واحدة أو أكثر معاً في بحث واحد، وذلك يتوقف عـلى عـدة اعتبـارات منها:

1- إذا كان هدف البحث دراسة مشكلة البحث من مختلف الجوانب.
2- إذا كان هناك أكثر من مجتمع بحث ويوجد اختلاف فيما بينهم.
3- إذا كان البحث يستخدم أكثر من منهج من مناهج البحث العلمي.
4- إذا كان البحث يتناول دراسة ماضي وحاضر الظاهرة موضوع الدراسة.

5- لكل أداة مميزات وعيوب، واستخدام أكثر من أداة يؤدي إلى أن مميـزات إحـدى الأدوات يغطـي عيوب الأخرى، والعكس صحيح.

6- موقف المبحوثين من موضوع البحث فإذا كان هناك حساسية أو رفض أو مقاومة منهم في إعطاء الإجابات للباحث بشكل مباشر بواسطة المقابلة مثلاً، فإنه يفضل استخدام الاسـتبيان أو الملاحظـة في جمع البيانات.

وبالنسبة لعملية جمع البيانات من الأطفال فهناك أدوات أخرى مناسـبة لجمـع البيانـات مـنهم، نذكر منها: الملاحظة والرسـم والتـصوير الفوتـوغرافي والتمثيـل ولعـب الأدوار والمـسرحيات الاجتماعيـة (لمزيد من التفاصيل انظر: طلعت منصور: 2013).

نقطة أخيرة في هذه المقدمة هي أن الباحث بعد اختيار أداة أو أكثر من أدوات جمع البيانات في بحثه عليه أن يبرر عملية الاختيار هذه Justfication of Selection لتوضيح أسباب اختيـاره والمنطـق وراء هذا الاختيار لمثل هذه الأداة أو الأدوات.

والتالي عرضا موجزا لبعض أدوات جمع البيانات:

-1 الملاحظة:

الملاحظة Observation هي المشاهدة أو المراقبة لموضوع البحـث أو للمجـال البـشري في البحـث، مثل ملاحظة السلوك الذي يصدر من الأطفال أو المعاقين أو من المرضي أو من الشباب أو من القـادة... والملاحظة تعتبر من أقدم أدوات جمـع البيانـات حيـث أن علـم الإنثروبولوجيـا (علـم دراسـة الإنـسان القديم والمجتمع القديم) هو الذي قدم لنا هذه الأداة وشرح لنا أنواعها وخطواتها...

والملاحظة تفيد في جمع البيانات تتصل بسلوك الأفراد الفعلي في بعض المواقف الواقعيـة في الحيـاة. ومن مميزات الملاحظة أنها تمكن الباحث من جمع الحقائق عن طريق استخدام الحواس، وأنها أفـضل طريقة مباشرة لدراسـة بعـض أنـواع الظـواهر والـسلوك الإنـساني التـي لا يمكـن جمـع البيانـات عنهـا بالأدوات الأخرى.

وعلى الباحث أن يحدد أهداف الملاحظة ويجهز دليل للملاحظة ويحدد فيه: موضوعات الملاحظة والأفراد أو الجماعات أو الجهات التي ستخضع للملاحظة ونوع السلوك أو الوحدة السلوكية المطلوب ملاحظتها ووقت أو أوقات الملاحظة ومكان الملاحظة...

ولضمان دقة وموضوعية عملية تسجيل الملاحظة يجب مراعاة الآتي:

1- التحديد الواضح والدقيق للموضوعات والسلوكيات التي يراد ملاحظتها.

2- الإعداد الجيد للوسائل التي ستستخدم في تسجيل الملاحظات مثل: بطاقات الملاحظة والاستمارات والمقاييس...

3- سلامة حواس الباحثين وخاصة حاسة البصر وحاسة السمع.

4- التدريب الكافي للباحثين الذين سيقومون بالملاحظة، لتقليل احتمالات عدم الموضوعية (التحيز).

5- استخدام أكثر من ملاحظ.

6- التسجيل الفوري للأحداث موضوع الملاحظة لتجنب عامل النسيان.

7- تسجيل جميع التفاصيل المتعلقة بموضوع الملاحظة سواء كانت هامة أو غير هامة من وجهة نظر الملاحظين.

وهناك أنواع من الملاحظة، منها: الملاحظة البسيطة والملاحظة بدون مشاركة والملاحظة بالمشاركة، وعلى الباحث أن يختار النوع المناسب لبحثه من هذه الأنواع.

2- المقابلة:

المقابلة Interview هي المحادثة أو المواجهة التي تحدث بين الباحث والمبحوث. وهي تستهدف جمع البيانات من خلال قيام الباحث بتوجيه مجموعة من الأسئلة سبق إعدادها بعناية إلى كل مبحوث بمفرده،ويقوم الباحث بكتابة الإجابة في استمارة المقابلة.

والمقابلة قد تكون في المؤسسة أو الجمعية أي في مكتب الباحث، وقد تكون في منزل المبحوث أو مكان عمله...أيضا قد تكون المقابلة فردية بمعني وجود الباحث مع المبحوث فقط، وقد تكون المقابلة جماعية مثل قيام الباحث بمقابلة أسرة ما لدراستها أو لبحثها...



ومن مزايا المقابلة الحصول على إجابات المبحوث دون أن يتناقش مع الآخرين أو يتـأثر بـآرائهم. أيضا من مميزات المقابلة توجه الأسئلة في المقابلـة بالترتيـب والتسلـسل الموجـود في اسـتمارة المقابلـة، كذلك يمكن للباحث كشف التناقض في إجابة المبحوث من واقع مشاهداته.

ولكن في المقابل هناك بعض العيوب للمقابلة، منها: كونها مكلفة، ولصعوبة الحـصول عـلى إجابـات عن الأسئلة المحرجة والحساسة والجنسية والسياسية، والتخوف من تأثير آراء واتجاهات الباحـث عـلى آراء واتجاهات المبحوث...

3- الاستبيان:

الاستبيان Questionnaireأداة أو وسيلة لجمع البيانات من المبحوثين بواسطة استمارة استبيان تتكون من مجموعة من الأسئلة المعدة مسبقا، والمطلوب من المبحـوث الإجابـة بنفـسه عليهـا، مـع عـدم وجـود للباحث أثناء قيام المبحوث بالإجابة على هذه الأسئلة.

وهناك أنواع عديدة من الاستبيان، نذكر منها:

1- الاستبيان التليفوني من خلال الاتصال بالمبحوثين على التليفون الأرضي أو التليفون المحمول (الجوال) وسؤالهم عن موضوع البحث والحصول على الإجابات مباشرة خلال نفس الاتصال.

2- الاستبيان البريدي من خلال إرسال الاستبيان للمبحوث بالبريد واستقباله منه بالبريد، والاستبيان الذي يتم تسليمه باليد وجمعه باليد.

3- الاستبيان عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري (مثل: الصحف والمجلات والإذاعة والتليفزيون...) حيث يتم نشر الاستبيان في هذه الوسائل ويقوم المبحوث بإرسال الاستبيان بالبريد إلى الجهة المعنية.

4- الاستبيان الإلكتروني والذي يتم إرساله للمبحوث على بريده الإلكتروني ويقوم المبحوث بالإجابة عليه وإعادة إرساله مرة أخرى على البريد الإلكتروني للباحث ...

وعلى الباحث اختيار النوع المناسب من الاستبيان وذلك في ضوء موضوع بحثه وحجم مجتمع أو عينة البحث والنطاق الجغرافي أو المجال المكاني للبحث...أيضا لكل نوع من هذه الاستبيانات مميزات وعيوب. فعلي سبيل المثال في الاستبيان التليفوني التكلفة بسيطة ولكن هذا النوع غير مناسب إذا كانت أسئلة البحث كثيرة. أيضا في الاستبيان الإلكتروني غير مكلف على الإطلاق إلا أنه غير مناسب في حالة عدم وجود بريد إلكتروني لدي مفردات المجتمع أو أنهم ليس لديهم مهارات استخدام الحاسب الآلي...

استبيان كونرز لتقييم الانتباه - فرط النشاط

الأعراض	لا يوجد 0	قليل 1	غالبا 2	دائماً 3
1- مفرط النشاط والحركة				
2- سريع الإثارة مندفع ومتهور				
3- يزعج الأطفال الآخرين				
4- غير قادر على إكمال ما بدأه (درس - لعب)				
5- لا يستطيع الجلوس فترة معقولة (كثير العبث)				
6- عديم الانتباه كثير الشرود				
7- يجب تنفيذ طلباته في الحال (عديم الصبر)				
8- يبكي بسرعة وسهولة بدون سبب حقيقي				
9- سرعة تغير المزاج جذرياً (سريع الغضب والخيبة)				
10- سرعة الانفجار والتصرف غير المتوقع				
المجموع لكل جدول				
المجموع الكلي				

إذا كان المجموع الكلي أكثر من 15 فهذا يشير إلى أن الطفل من المرجح أن يكون مصاباً بفرط الحركة

وبصفة عامة فإن للاستبيان مميزات عديدة، منها: أنه يتيح الفرصة لتطبيقه على نطاق واسع وعلى عينة كبيرة، ويضمن عدم تحيز الباحث، ويقلل الوقت والجهد والتكاليف اللازمة لجمع البيانات... وفي المقابل فإن الاستبيان له أيضا عدد من العيوب، منها: أنه لا يصلح معالم بحوثين الأميين والأطفال الصغار وبعض فئات المعاقين (وخاصة الإعاقة البصرية)، وصعوبة استفسار المبحوثين عن الأسئلة غير المفهومة لديهم، وقلة نسبة الرد أو العائد من الاستبيانات.

تصميم استمارة المقابلة أو استمارة الاستبيان:

يتم تصميم استمارة المقابلة أو استمارة الاستبيان لاستخدامها في جمع البيانات أثناء المقابلة أو في الاستبيان. وغالبا ما تتكون هذه الاستمارة من الأجزاء التالية:

1- صفحة الغلاف عليها البيانات التعريفية بالبحث والباحث والإشراف وعبارة التأكيد على سرية المعلومات...

2- الصفحة الأولى وبها فكرة موجزة عن البحث، وطلب التعاون من المبحوثين، وأية تعليمات للمبحوثين تساعدهم على الإجابة عن أسئلة الاستمارة، وتليفون الباحث للتواصل معه إذا كان هناك حاجة إلى ذلك...

3- الصفحة الثانية وبها البيانات الديموجرافية (مثل: النوع والسن والتعليم والعمل والدخل والتكوين الأسري...).

4- الصفحات التالية وتتضمن المعلومات المطلوبة (الأسئلة).

5- في ختام الاستمارة يقدم الباحث الشكر للمبحوث على تعاونه وتخصيص جزء من وقته للإجابة عن أسئلة الاستمارة.

أيضا على الباحث مراعاة مجموعة من الأمور والاعتبارات التالية عند تصميم الاستمارة:

1- كتابة كل البيانات الموضحة لعنوان البحث ونوعه والجهة التي يتبعها واسم الباحث ووظيفته أو عمله وأسماء المشرفين على البحث والتاريخ... وذلك في صفحة الغلاف للاستمارة.

2- التأكيد على سرية معلومات التي سيتم الحصول عليها بواسطة الاستمارة وأنها لن تُستخدم إلا بشكل جمعي ولأغراض البحث العلمي فقط.

3- أن يتم ترقيم الأسئلة بدءاً من أول سؤال وحتى آخر سؤال في الاستمارة بالأرقام 1 و 2 و 3 و 4.....

4- أن يتم وضع علامة الاستفهام؟ بعد كل سؤال.

5- عند وضع أسئلة الاستمارة يجب الاسترشاد بأسئلة البحث وفروضه، حتى توفر لنا الاستمارة إجابات عن أسئلة البحث أو معلومات كافية لاختبار صدق أو عدم صدق فروض البحث.

6- أن تكون أسئلة الاستمارة واضحة وبسيطة ومفهومة وغير غامضة وموضوعة بشكل

مباشر وليست غير مباشرة وليست بها أي نوع من الإيحاء أو التهكم أو السخرية أو توجه المبحوث إلى إجابة معينة...

7- لا تسأل سؤالين على سطر واحد ومرة واحدة.

8- لا تسأل أسئلة معروفة مسبقا، مثل قيام الباحث بوضع سؤال عن النوع (ذكر / أنثي) وعينة البحث كلها من الطالبات.

9- اختيار نوع الأسئلة المناسبة لكل بند من بنود الاستمارة. حيث هناك ثلاثة أنواع من الأسئلة هي كالتالي:الأسئلة المفتوحة والأسئلة المغلقة والأسئلة المغلقة والمفتوحة من أسفل. فالأسئلة المقترحة هي التي يترك فيه الباحث فراغا للمبحوث بعد كل سؤال حتى يكتب رأيه وما يناسبه وفقا للإرشادات التي يحددها الباحث ويتم الاعتماد على هذا النوع من الأسئلة إذا أراد الباحث الحصول على بيانات يصعب تصنيفها أو تحتاج في تصنيفها إلى مجموعة كبيرة من الفئات. وفى هذا النوع يواجه الباحث بعض الصعوبات في تفريغ وتصنيف وجدولة نتائج إجابات هذا النوع من الأسئلة .ومن إيجابيات هذا النوع من الأسئلة عدم تدخل الباحث في إجابات المبحوث وإعطاؤه الحرية الكاملة في أن يكتب الإجابة التي يرى أنها مناسبة له.

أما الأسئلة المغلقة فيقصد بها أن الباحث قام بتحديد إجابات محددة ومكتوبة على أسئلة الاستمارة، مثل: نعم أو لا أو موافق وغير موافق أو أعمل أو لا أعمل الخ... ويحتاج هذا النوع إلى الدقة العالية في التصميم لأنه إذا كانت الإجابة هي اختيار نعم أو لا فيجب أن لا يكون هناك احتمال آخر لأن هناك استجابات لها احتمالات أخرى وهى تسبب حيرة للمبحوث وقد يسهم ذلك في عدم الوصول إلى الهدف. ومن ايجابيات هذا النوع من الأسئلة أنه سهل التفريغ والتصنيف والجدولة مما يسهل تحليلها. وأيضا عدم حاجتها إلى وقت طويل أو جهد أو تفكير عميق من جانب المبحوث.

أما النوع الثالث من الأسئلة هو المغلقة وفي نفس الوقت مفتوحة من أسفل.وهو أكثر الأنواع انتشارا حيث يلجأ إليه الباحثون من أجل تلافى عيوب النوعين السابقين والجمع بين مميزاتهم. فيقوم الباحث هنا بوضع إجابات على كل سؤال ليختار المبحوث

مـن بينهـا الإجابـة التـي يـرى أنهـا مناسـبة تـسهيلا عليـه، عـلى أن يـتم وضـع عبـارة: أخـرى (   ) تذكر............... حتى يمكن للمبحوث أن يضيف الإجابة التي يرى أنها مناسبة. وتـسمي الأسـئلة التـي من هذا النوع: الأسئلة المغلقة والمفتوحة النهاية.

10- يُفضل وضع إجابات أو استجابات الأسئلة وفقا لمقياس "ليكـرت" الـثلاثي الاسـتجابات في صـورة بنـود تستطلع آراء أو اتجاهـات أو إجابـات مجتمـع أو عينـة البحـث. ومـن أمثلـة هـذه الإجابـات أو الاستجابات:

❑ نعـــم	❑ إلى حد ما	❑ لا
❑ موافق	❑ متردد	❑ غير موافق
❑ بدرجة كبيرة	❑ بدرجة متوسطة	❑ بدرجة قليلة أو منخفضة

11- يُفضل أن يُطلب من المبحوث كتابة عمره بدون أن نـضع لـه فئـات الـسن، وذلـك لمعرفـة أعـمار مجتمع أو عينة البحث بدقة ولمعرفة أقل عمر وأكبر عمر وتحديد المدى والوسط الحسابي بدقـة. وبنفس المنطق يُفضل أن يُطلب من المبحوث كتابة سـنوات الخـبرة أو دخلـه الـشهري بـدون أن نضع له فئات لمدة الخبرة أو فئات الدخل...

12- لا تصمم استمارة صغيرة لا توفر لك إجابات كافية عن كل أسئلة البحث، أو استمارة كبيرة تسبب الملل والضيق للمبحوث وتضيع وقته... بـل أن مثـل هـذه الاسـتمارة أيـضا تكلـف الباحـث ماليـا وتضيع وقته ومجهوده أيضا...

13- أن يتم وضع بعض أسئلة المراجعة Checking Questions التي يقصد بها التثبت من صحة إجابـات المبحوث بدقة في إعطاء الإجابـات. وهـي عـلى سـبيل المثـال وهـي عبـارة عـن وضـع سـؤالين في الاستمارة لهم إجابة واحدة، ولكن صياغتهما مختلفة، وموقعهما في الاستمارة مختلف. فإذا أجاب المبحوث بإجابة واحدة عن السؤالين فهذا يعتبر أحد مؤشرات صدق المبحوث.

4- المقاييس:

القياس Measurement مشتق من قاس أي قدَّر. ويقال قاس الشيء بغيره أو على غيره أي قدره على مثله. والقياس بهذا المعنى، ممارسة إنسانية يومية؛ تتجلى في مختلف العمليات التي نقوم بها من أجل تقدير أو وزن معطيات حياتنا وما يحيط بنا، سواء كانت لأشياء مادية كالأحجام والأوزان، أو معنوية كعلاقتنا بالآخرين؛ بهدف ضبط التعامل فيما بيننا ومع عالمنا.

وهناك تعريفات عديدة للقياس، نذكر منها:

1- القياس عملية إعطاء درجة ما أو قيمة ما أو رتبة ما للمبحوث أو للمفحوص.

2- القياس عملية تحديد قيم رقمية لأشياء أو موضوعات تبعاً لقواعد معينة متفق عليها.

3- القياس عملية تحديد درجة امتلاك أو حيازة شيء أو شخص لصفة معينة.

4- القياس نوع من المقارنة التي تعرض في شكل رقمي. وببساطة فإن عملية القياس بصفة عامة هي تحويل الكيف إلى كم.

هذا وتختلف تعريفات القياس - نسبيًّا - باختلاف الشيء المراد قياسه والمقاييس المستخدمة فيه وضوابطه وأهدافه، ومن ذلك:

1- تقدير الأشياء والمستويات تقديرًا كميًّا وفق إطار معين من المقاييس المتدرجة، وذلك بناءًا على القاعدة السائدة بأن كل ما يحيط بنا يوجد بمقدار، وكل مقدار يمكن قياسه.

2- تمثيل الصفات و الخصائص بأرقام وفقًا لقوانين معينة.

3- قياس بعض العمليات العقلية أو السمات النفسية, من خلال مجموعة من المثيرات المُعدة لتقاس بطريقة كمية أو كيفية.

والفكرة الأساسية في القياس تقوم على أساس إعطاء شيء أو شخص قيمة Value خاصة وذلك بمقارنة ما نريد قياسه بمعيار دقيق نصطلح عليه كمقارنة الزمن بالساعة، والأوزان بالكيلو، والأطوال بالمتر، والحرارة بدرجة الحرارة المئوية، والإنتاجية بعدد الوحدات المفروض إنتاجها...

بمعني أن القياس لا يتحقق إلا بمقاييس واختبارات متعارف عليها , فنحن على سبيل المثال نستخدم وحدة المتر لتحديد المسافات، و نقيس الأثقال استناداً إلى وحدة الجرام، ونقيس الوقت بوحـدة الساعة وأجزائها، ونقيس الحجـم باللتر.

ويستخدم في القياس مجموعة من المحكات Criteria أو المعاييرNorms أو المستويات Standards، من هذه المعايير أو المستويات على سبيل المثال:

1- التكلفة
2- العائد
3- القيمة الحالية
4- القيمة المستقبلية
5- معدلات السرعة
6- معدلات الحركة
7- معدلات الكفاءة
8- معدلات الفاعلية
9- معدلات التنمية الاجتماعية
10- معدلات التنمية الإقتصادية
11- معدلات البطالة
12- معدلات الصحة
13- معدلات الشفاء
14- معدل طبيب / سكان
15- معدل مدرس / تلاميذ وطلاب

وهناك ست خطوات للقياس هي:

1- التحديد الدقيق للصفة التي نريد قياسها.
2- تحديد مجموعة من العمليات للإستدلال على الصفة.
3- التحديد الكمي للصفة باستخدام وحدات أو درجات أو مقادير.

4- إعداد المقياس أو اختيار المقياس المناسب من المقاييس التي قام بإعدادها باحثون آخرون.

5- اختبار درجة صدق المقياس.

6- اختبار ثبات المقياس.

7- تنفيذ المقياس على المبحوثين.

8- الحصول على النتائج.

هذا ويمكن التأكيد على أن الموضوعية والصدق والثبات هم من أهم صفات أي مقياس أو اختبار جيد.

وهناك كثير من المقاييس Scalesالتي يمكن استخدامها في جمع البيانات نذكر منها بإيجاز:

1- **المقاييس السوسيو مترية Sociometry:** وهي المقاييس التي تقيس العلاقات الاجتماعية داخل جماعة محدودة خلال فترة زمنية معينة. ويرجع الفضل في ابتكار هذه الطريقة إلى العالم مورينو.

2- **مقاييس الاتجاهات Attitudes:** وهي المقاييس التي تقيس اتجاهات فرد أو جماعة تجاه أحد القيم (الاجتماعية أو السياسية أو الجمالية أو الدينية.. أو إحدى الموضوعات الأمنية أو الاقتصادية أو الاستهلاكية..). ومن أهم مقاييس الاتجاهات: طريقة المقارنة الزوجية الثرستون، مقياس البعد الاجتماعي لبوجاردس ومقياس ليكارت للاتجاهات...

3- **مقاييس القيم Values:** وهي مقاييس تهتم بقياس القيم لدى فرد أو جماعة أو طبقة. ومن أشهر مقاييس القيم اختبار القيم لالبورت وفرنوف ولندزي، واختبار المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية في مصر عن القيم المحافظة والتقدمية، ودراسة السيد أبو النيل عن القيم الاجتماعية والذكاء والشخصية لدى طلاب جامعة الإمارات العربية المتحدة.

4- **مقاييس الرأي العام Public Opinion:** وهي مقاييس تهدف إلى معرفة الحكم الذي

لدى إحدى الجماعات في مسألة هامة بالنسبة لهم. بمعنى أن هذه المقاييس تهتم برصد رأي مجموعة كبيرة من الناس في إحدى الموضوعات التي يهتمون بها. وغالباً ما يتم رصد هذا الرأي في شكل الموافقة أو المعارضة أو التأييد أو عدمه لقضية خلافيه ولاقتراح أو لفكرة أو لبرنامج أو لخدمة أو لمنتج أو لأحد المرشحين في الانتخابات وتستخدم في استفتاءات الرأي العام استمارات مختصرة أو الاتصال التليفوني لمعرفة رأي الجمهور حول موضوع الدراسة.

وكما تم تعريف التقويم بأنه هو بيان قيمة الشيء, ويستخدم في المجال العلمي لإصدار حكم ما، وتحديد مناطق القوة بهدف تدعيمها ومناطق الضعف بهدف التغلب عليها... إلخ. وذلك باستخدام المحاكات والمستويات والمعايير؛ لتقدير مدى كفاية الأشياء والخصائص ودقة فعاليتها.

وبالتالي فإن التقويم لا يكون إلا بقياس، فهما مترابطان. ولا يمكن تحقيق التقويم بدون استخدام المحكات أو المعايير أو المستويات التي تساعدنا على تحديد قيمة الشيء المراد تقويمه وتقدير درجة تحقيق أهدافه ورصد مناطق القوة والضعف به بهدف تحقيق التطوير والتحسين به...



5- تحليل المحتوى أو المضمون:

تحليل المحتوى أو المضمونContent Analysis أداة لجمع البيانات تهدف إلى وصف محتوى مادة من المواد، وتحليل مضمونها، للتعرف على الاتجاهات البارزة في محتواها.

وقد تكون مادة الدراسة أو التحليل مجموعة من الكتب أو الخطابات أو التقارير أو المحادثات أو السير الشخصية أو الصور أو برامج التليفزيون أو أفلام السينما...

ويستند أسلوب تحليل محتوى الوثائق أو مضمونها إلى مسلمة تقول: إن اتجاهات الجماعات والأفراد تظهر بوضوح في كتاباتها، وقوانينها، وصحفها، وآدابها، وفنونها، وأقوالها، فإذا ما تم تحليل هذه الأدوات فإن ذلك يكشف عن اتجاهات هذه الجماعات.

ويقوم الباحث عند استخدامه تحليل المحتوى أو المضمون لأحد المواد بتحديد خصائص المحتوى، وأهدافه، والطرق التي اتبعت في عرض المادة،والشخصيات المتضمنة في المادة، ودراسة الجمهور المتلقي، وتأثير المادة عليه، والتوقيتات الزمنية للأحداث أو للموضوعات...

خطوات تحليل المحتوى والمضمون:

1- تحليل المادة المراد تحليل محتواها أو مضمونها.

2- تحديد الفترة الزمنية التي سيقوم الباحث بدراسة المادة فيها.

3- تحديد وحدة التحليل، والتي قد تكون كلمة أو موضوع أو شخصية أو سلوك أو قرار أو صورة أو عنوان...

4- حساب تكرار وحدات التحليل خلال الفترة الزمنية المحددة، وترجمة ذلك إلى أرقام أو بيانات كمية.

5- مناقشة هذه الأرقام وعرض دلالاتها للتوصل إلى النتائج.

ومن أمثلة بحوث تحليل المحتوي أو المضمون، دراسة مقارنة بين الصحف القومية (الأهرام والأخبار والجمهورية) وصحف المعارضة (مثل: الوفد والمصري اليوم والوطن

والمقال) فيما يتعلق بمساحات وبنسبة ومعدلات نقد الحكومة وتقييم أدائها... ويحدد هنا الباحث الفترة الزمنية للبحث، ويحصل على الصحف المذكورة الصادرة في هذه الفترة، ثم يقوم بتحديد الموضوعات المتعلقة بموضوع بحثه، ويحدد المساحات والفترات والأيام ومعدل ونسبة التكرار ومواقع المقالات في الصحف... ثم يعقد مقارنة بين كل هذه البيانات لمعرفة هل الصحف القومية أم صحف المعارضة أكثر نقدا للحكومة ولأدائها أم لا؟

وفي بحث آخر اهتم بتحليل محتوي رسائل الماجستير والدكتوراه التي أجريت في موضوع تقييم البرامج والمشروعات الاجتماعية، قام الباحث بوضع دليل لتحليل المحتوي اشتمل على مجموعة من المحاور والبنود، هي كالتالي:

- المنطلقات النظرية (مثل: النظرية التي تم استخدامها؟، وهل كانت نظرية قديمة أو حديثة؟، هل تم الاستفادة منها في تحديد مشكلة البحث ووضع أسئلته وصياغة فروضه وتحديد مفاهيمه وتحليل البيانات والنتائج؟،...)
- المفاهيم العلمية (مثل: هل المفاهيم جديدة؟، هل تم وضعها في شكل إجرائي؟، هل تم الاستفادة منها في صياغة الفروض وتحليل البيانات والنتائج وفي التوصيات؟،...)
- منهجية البحث (مثل: هل تم استخدام منهجية واضحة ومناسبة وحديثة؟، وهل تم استخدام أدوات جديدة في جمع البيانات؟، وهل تم إجراء اختبارات الصدق والثبات عليها؟،...)
- قضايا الاهتمام (مثل: هل ناقش البحث قضايا التنمية الاقتصادية / الاجتماعية / المحلية / المستدامة؟، ما هي مشكلات التنمية التي تم الاهتمام بها،...)
- طرق تحليل بيانات البحث (هل كانت كمية أم كيفية أم الإثنين معا؟)
- نتائج البحث (مثل: هل تم الحصول على النتائج المطلوبة؟، هل نتائج البحث دقيقة ومحددة ومفيدة؟، هل تم مناقشة هذه النتائج؟،...)

وقد قام المؤلف ببحث مقارن بين صحيفة الحزب الوطني وصحف المعارضة وذلك خلال عام 2002 لمعرفة درجة اهتمامها بمشكلات الفئات الفقيرة والمظلومة (مثل: الفقراء

والشباب العاطل والمعاقين والقاطنين في المناطق العشوائية...). ووجد بالفعل أن صحف المعارضة اهتمت بمشكلات الفئات الفقيرة والمظلومة أكثر من صحيفة الحزب الوطني. وهذا كان واضحا من عدد الموضوعات والمقالات والعناوين والمساحات المخصصة في هذه الصحف وتكرارها...

6- الزيارات المنزلية:

الزيارة المنزلية Home Visit تعتبر إحدى أدوات جمع البيانات في مهنة الخدمة الاجتماعية. أيضا هي إحدى المهارات المهنية (مثل: مهارة الاتصال ومهارة الملاحظة ومهارة المقابلة ومهارة التسجيل ومهارة المناقشة الجماعية ومهارة إدارة الاجتماعات ومهارة إدارة الوقت...) التي يجب أن يتعلمها ويتدرب عليها ويتمكن منها كل من: طالب الخدمة الاجتماعية والأخصائي الاجتماعي، وذلك نظرا لأهميتها كأسلوب من أساليب الدراسة وجمع البيانات المطلوبة من العميل وأسرته، أيضا للتعرف على بيئة العميل وأسرته والتي بلا شك لها دور رئيسي في وجود المشكلة المراد مواجهتها، وأيضا لها دور رئيسي في علاجها...

أطراف الزيارة المنزلية:

للزيارة المنزلية طرفين هما:

1- القائم بالزيارة المنزلية، والذي قد يكون باحث اجتماعي أو أخصائي اجتماعي.
2- العميل وأسرته التي يتم زيارتها في مسكنها / منزلها.

عناصر الزيارة المنزلية:

يمكن تحديد العناصر الرئيسية للزيارة المنزلية كالتالي:

1- المؤسسة أو الجمعية.
2- الباحث الاجتماعي أو الأخصائي الاجتماعي.
3- أهداف الزيارة المنزلية.
4- العميل أو الأسرة.

5- مشكلة العميل أو الأسرة.

6- منزل أو مسكن العميل أو الأسرة.

المهارات التي يجب توافرها في القائم بالزيارة المنزلية (الباحث أو الأخصائي الاجتماعي):

القائم بالزيارة المنزلية لابد أن يتوفر لديه العديد من المهارات لإنجاح الزيارة المنزلية، نذكر منها:

1- مهارة الدراسة

2- مهارة التشخيص

3- مهارة العلاج

4- مهارة جمع البيانات

5- مهارة التنظيم

6- مهارة تحديد الأهداف

7- مهارة الاتصال

8- مهارة الحديث

9- مهارة الحوار

10- مهارة الملاحظة

11- مهارة الإنصات

12- مهارة الإقناع

13- مهارة التسجيل

14- مهارة تقديم الأسئلة

15- مهارة فهم لغة الجسد لدى الآخرين بالشكل السليم

16- مهارة استخدام القائم بالزيارة للغة جسده بالشكل الإيجابي والمؤثر

17- مهارة إدارة الزيارة المنزلية وتوجيهها

18- مهارة إدارة الوقت

19- مهارة اتخاذ القرارات

الصفات التي يجب توافرها في القائم بالزيارة المنزلية (الباحث أو الأخصائي الاجتماعي):

كذلك على القائم بالزيارة المنزلية (الباحث أو الأخصائي الاجتماعي) أن يتصف بمجموعة من الصفات الإيجابية نذكر منها:

1- احترام الآخرين
2- تقدير الآخرين
3- عدم التفرقة أو التمييز
4- الصبر
5- الموضوعية (الحيادية وعدم التحيز)
6- ضبط النفس
7- الثقة في النفس
8- الأمانة
9- عدم تقبل أي هدايا
10- الصدق
11- الصراحة
12- حب الاستطلاع
13- التفتح العقلي
14- التواضع

حالات لا غني عنها للقيام بالزيارة المنزلية:

هناك رأيان في ضرورة القيام بالزيارات المنزلية، من عدمها. رأي يرى أن الزيارة المنزلية ليست ضرورة حتمية في جميع الحالات، وإنما هناك حالات لا غني عنها للقيام بالزيارة المنزلية. ورأي أخر يؤكد بأن الزيارة المنزلية ضرورة حتمية في جميع الحالات. والمؤلف مع الرأي الثاني.

ومن الحالات التي يذكرها الرأي الأول:

1- حالات الأسر التي لابد من زيارتها للتأكد من أحقيتها للحصول على الإعانات أو المساعدات الاقتصادية من المؤسسة أو الجمعية (على حسين زيدان: 2004).

2- حالات الأسر البديلة أو حالات كفالة الأطفال الأيتام.

3- حالات التأكد من صلاحية الأسرة والبيئة لاستقبال العملاء الذين تقرر عودتهم إلى بيئاتهم الطبيعية.

4- حالات ذوي الاحتياجات الخاصة والتي تجد صعوبة في الحركة والانتقال من المنزل إلى الجمعية أو المؤسسة لمقابلة الباحث أو الأخصائي.

5- حالات العنف الأسري (مثل: العنف ضد الأطفال والعنف ضد المرأة).

6- حالات عدم تمكن العميل أو أحد أعضاء الأسرة من الذهاب إلى الجمعية أو المؤسسة (على سبيل المثال بسبب: الشيخوخة أو المرض، أو لبعد المكان...)

7- حالات الطوارئ والكوارث والأزمات (على سبيل المثال: عند حدوث حريق أو هدم أو سيول أو زلزال...).

الزيارة المنزلية المفاجئة:

في بعض الأحيان قد يلجأ الباحث أو الأخصائي الاجتماعي إلى القيام بالزيارة المنزلية المفاجئة لمنزل العميل أو الأسرة، وذلك لعدة أسباب، نذكر منها:

1- "في حالة العملاء أو الأسر التي تحاول عمدا تضليل الباحث أو الأخصائي عن عنوانها الحقيقي الذي تسكن فيه.

2- في حالة العملاء أو الأسر الذين يرغبون في الحصول على العديد من المساعدات و الخدمات التي تقدمها المؤسسة أو الجمعية، على الرغم من عدم أحقيتهم لتلك المساعدات والخدمات.

3- في حالات قياس مدي صلاحية الأسرة المتقدمة بطلب لحضانة أو كفالة طفل" (انظر: سامية همام: 2004).

4- في حالات الرقابة الاجتماعية للأسر البديلة التي تكفل أحد الأطفال.

5- في حالات الرعاية اللاحقة لخريجي المؤسسات الإصلاحية والعقابية.

اختبارات الصدق والثبات لأدوات جمع البيانات:

يقصد باختبار صدق validity (مصداقية) أداة جمع البيانات الحصول على إجابة السؤال التالي: هل الأداة تقيس الظاهرة التي يتم دراستها وليس ظاهرة أخرى غيرها؟

ويقصد باختبار ثبات reliability (دقة وموثيقية) أداة جمع البيانات أن الأداة الحصول على إجابة السؤال التالي: هل الأداة تعطي نتائج متقاربة إذا طبقت أكثر من مرة في ظروف مماثلة؟

هذا ولابد من إجراء اختبارات الصدق والثبات لأدوات جمع البيانات للتأكد من صلاحية أدوات جمع البيانات من أن تحقق الأهداف المرجوة منها. وتتم اختبارات الصدق من خلال عرض أدوات جمع البيانات على كل من:

1- عينة من المحكمين (صدق المحكمين) لا يقل عددهم عن 5 محكمين.

2- عينة من الخبراء الميدانيين أو الأخصائيين الممارسين، لا يقل عددهم عن 2.

3- عينة من مجتمع البحث (مثل: التلاميذ والطلاب والشباب والمعاقين والمسنين...) لا يقل عددهم عن 5.

والمحكمون يجب أن يكونوا من أعضاء هيئة التدريس المرتبطين بموضوع البحث، بالإضافة إلى أحد المتخصصين في علم الإحصاء وأحد المتخصصين في علم الاجتماع وأحد المتخصصين في علم النفس وأحد المتخصصين في التربية لو الموضوع مرتبط بالتربية أو أحد المتخصصين في التربية الخاصة لو الموضوع مرتبط بالمعاقين ...

وللتحقق من ثبات أدوات جمع البيانات، فإن الباحث على سبيل المثال عليه حساب معامل الثبات عن طريق الاختبار وإعادة الاختبار Test Re-test لأداة جمع البيانات على عينة من مفردات مجتمع أو عينة البحث، وبفارق من أسبوع إلى أسبوعين بين التطبيق الأول

والثاني، وذلك بهدف استخراج معامل ارتباط بيرسون أو ألفا كرونوباخ Cronbach-Alpha...

وكلما كانت درجة معامل الارتباط قريبة من الواحد الصحيح كلما دل ذلك على أن معامل الارتباط قوي وبالتالي معامل الثبات عالي.

مراجع الفصل

أولا: المراجع العربية

1- أحمد عباده سرحان وثابت محمود أحمد: **مقدمة في العينات** (القاهرة: دار الكتب الجامعية، 1971).

2- أحمد محمد عبدالخالق: **استخبارات الشخصية** (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 1993).

3- جلال عبد الفتاح منصور: **البرنامج التدريبي تنمية مهارات الباحثين** (القاهرة والفيوم: الجمعية العربية للتنمية البشرية والبحث العلمي، أغسطس 2015).

4- ديوبولد فان دالين: **مناهج البحث التربية وعلم النفس**، ترجمة محمد نبيل وآخرون (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1985).

5- زينب الأشوح: **طرق وأساليب البحث العلمي** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2014).

6- سامية همام: "**الزيارة المنزلية**"، في على حسين زيدان: **أساسيات خدمة الفرد** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2004).

7- سعود ضحيان الضحيان: **العينات والمتغيرات** (الرياض: مكتبة جرير، 2012).

8- سماح سالم سالم ونجلاء محمد صالح:**طرق البحث في الخدمة الاجتماعية** (عمان: دار المسيرة، 2015).

9- طلعت منصور: **مشاركة الأطفال** (القاهرة: المجلس العربي للطفولة والتنمية، 2013).

10- عادل الريان: **مناهج وأخلاقيات البحث العلمي** (القاهرة: برنامج اليونسيف للتنمية، 2012).

11- عبدالباسط محمد حسن: **أصول البحث العلمي الاجتماعي** (القاهرة: مكتبة وهبة، ط8، 1982).

12- عبد الناصر عوض أحمد وآخرون: **أساسيات طريقة خدمة الفرد** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2004).

13- على حسين زيدان: **أساسيات خدمة الفرد** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2004).

14- على عبدالمعطي محمد ومحمد السرياقوسي: **أساليب البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح، 1988) .

15- على عسكر وآخرون: **مقدمة في البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح، 1992).

16- على معمر عبد المؤمن: **البحث في العلوم الاجتماعية** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2008).

17- ماهر جمال الدين على: **البحث الأمني العلمي** (القاهرة: أكاديمية الشرطة، 1993).

18- محمد شفيق: **البحث العلمي** (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 1994).

19- محمد صادق إسماعيل: **البحث العلمي بين الواقع والمأمول** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2016).

20- محمود السيد أبو النيل: **علم النفس الاجتماعي** (القاهرة: دار النهضة العربية، ط 4، 1985).

21- محمود محمد محمود وآخرون: **البحث الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية** (القاهرة: مكتبة زهراء الشرق، 2007).

22- مدحت محمد أبو النصر: **قواعد ومراحل البحث العلمي** (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2004).

23- مدحت محمد أبو النصر: **البحث العلمي لظاهرة الانحراف والجريمة** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2014).

24- مدحت محمد أبو النصر: **الزيارة المنزلية في مهنة الخدمة الاجتماعية** (القاهرة: جمعية اختار أسرة الخيرية، 2014).

25- مدحت محمد أبو النصر: **البحث العلمي لظاهرة الانحراف الاجتماعي** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2015).

26- مدحت محمد أبو النصر: **البرنامج التدريبي تنمية مهارات الباحثين** (القاهرة والفيوم: الجمعية العربية للتنمية البشرية والبحث العلمي، أغسطس 2015).

ثانيا: المراجع الأجنبية

1- D.J. Casley & D.A. Lury: **Data Collection in Developing Countries** (Oxford: Clarendon Press, 1982).

2- David Dooley: **Social Research Methods** (N.Y.: Prentice Hall, Inc., 1984).

3- E. Sherman & W. Reid: **Qualitative Research in Social Work** (N.Y: Columbia University Press,.1994).

4- F.M. Loewenberg: **Fundamentals of Social Intervention** (N.Y.: Columbia University Press , 1983).

5- F.M. Loewenberg: **Fundamentals of Social Intervention** (N.Y.: Columbia Univ. Press, 1983).

6- Fredrick Weteny: **The Elements of Research** (N.J.: Prentice Hall, 1950).

7- K.D. Hopkins & J.C. Stanley: **Educational and Psychological Measurement and Evaluation** (N.Y.: Prentice Hall, Inc., 1981).

8- Louise G. Johnson: **Social Work Practice** (N.Y.:Allyn & Bacon, Inc.,1986).

9- Louise H. Kidder & Charles M. Judd: **Social Research Relations Methods** (N.Y.: CBS Publishing , 5th. ed., 1986).

10- Nan Lin: **Foundations of Social Research** (N.Y.: Mc Graw - Hill, 1976).

11- P. Leedy: **Practical Research** (London: Collier Macmillan Pub.,1974)

ثالثا: مواقع شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)

- http://www.qiyas.sa/MAndAssesment/Pages/QiyasDefinition.aspx

الفصل العاشر

التعامل مع بيانات البحث

ويشتمل على النقاط التالية:

- عملية جمع البيانات
- تفريغ وجدولة البيانات وتحليلها
- استخراج نتائج البحث
- تقديم التوصيات والمقترحات
- طرق الاستفادة من المراجع
- كتابة مراجع البحث

الفصل العاشر

التعامل مع بيانات البحث

عملية جمع البيانات:

ويفضل أن يحصل الباحث أو الباحثة على موافقة رسمية من الجهة التي سيقوم بجمع البيانات منها، والتي قد تكون: مدرسة أو كلية أو جامعة أو مستشفي أو جمعية أو شركة أو مؤسسة. وقد يتطلب الأمر ضرورة الحصول على الموافقة من مستوى أعلي مثل وزارة ما أو الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء... ثم يقوم الباحث (بمفرده أو بمساعدة من باحثين مساعدين له تم تدريبهم) بجمع البيانات المطلوبة من مجتمع البحث أو من عينة البحث، وذلك في ضوء أهداف وتساؤلات وفروض البحث.

وعلى الباحث أن يكتب على صفحة الغلاف لأدوات جمع البيانات وأن يوضح للمبحوثين أن بيانات البحث سرية ولن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي وتطوير العمل، وأن البيانات سيتم التعامل معها بشكل جمعي وليس بشكل فردي، وأنه لن يحدث أي ضرر ولو بسيط لأي مبحوث لأي رأي تم تقديمه أو لأي وجهة نظر تم التصريح بها في المقابلة أو تم كتابتها في الاستبيان، وأن هذا من قيم وأخلاقيات البحث العلمي والتي يلتزم بها الباحث.

علم الإحصاء:

وعلى الباحث حتى يستطيع التعامل السليم والمناسب مع بيانات البحث أن يتعلم علم الإحصاء Statistics. ويعرف علم الإحصاء بأنه أحد العلوم الإنسانية والاجتماعية والذي يختص بالطرق العلمية لجمع وتنظيم وتصنيف وتفريغ وجدولة وتحليل وعرض

البيانات، وذلك للوصول إلى نتائج سليمة وصادقة متمثلة في الإجابة عن تساؤلات البحث واختبار صدق أو عدم صدق فروض البحث. والإحصاء قد تكون إحصاء وصفي لبيانات البحث أو إحصاء تحليلي لبيانات البحث.

تفريغ وجدولة وتحليل بيانات البحث:

يقوم بتفريغ البيانات يدويا أو إلكترونيا، ويفضل بالطبع التفريغ الالكتروني لسرعته ودقته وسهولة استخراج المعاملات الإحصائية وسهولة عمل الجداول الارتباطية... والبرنامج المناسب لعمل كل هذه المهام هو SPSSX وهو برنامج إحصائي لتحليل البيانات في العلوم الاجتماعية. ولابد من أن يتعلم الباحث هذا البرنامج وأن يعتمد على نفسه في هذا الموضوع، لا أن يعتمد على الآخرين في هذا الشأن.



وهذا البرنامج له مجموعة من الخطوات نذكر أهمها كالتالي:

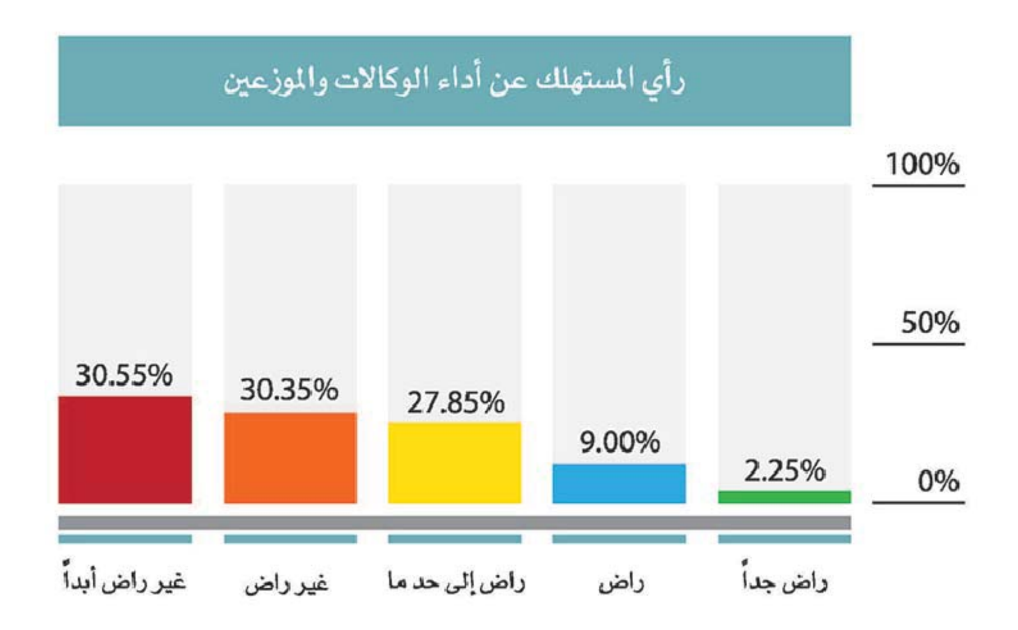
1- أضغط على start
2- اختار programs
3- اختار windows for spss
4- اختار windows for spss11.0
5- سيتم فتح البرنامج
6- افتح نافذة تحرير البيانات edit وهي شبكة تتكون من صفوف وأعمدة لتسجيل وحفظ البيانات المطلوب تحليلها. كل صف يمثل مفردة أو حالة أو مشاهدة، وكل عمود يمثل متغير.

7- وهناك نافذة أخرى تستخدم لعرض المتغيرات مكتوب عليها variables view، وهي مخصصة لتسمية المتغيرات وتحديد مستوياتها وترتيبها.

8- وبعد إتمام إدخال البيانات وإعطاء الأوامر الملائمة لتنفيذ عمليات التحليل والاختبارات المطلوبة تظهر نتائج ذلك التحليل، أو ما يطلق عليه نافذة المخرجات outputs spss viewer (لمزيد من الشرح انظر: زينب الأشوح: 2014).

وعلى الباحث بعد تفريغ بيانات بحثه وضعها في شكل جداول بسيطة (بها متغير أو بعد واحد) أو جداول مركبة (ثنائية المتغيرات أو الأبعاد) أو جداول ثلاثية المتغيرات أو الأبعاد، ثم القيام بتحليلها من خلال قراءة الجداول كمحاولة لتحويل الكم إلى كيف، وتقديم معني للرقم أو للدرجة أو النسبة الموجودة في الجدول وذلك بالنسبة للواقع موضوع البحث أو الاستقراء، ورصد أهم النسب بها، وأهم الاتجاهات الرئيسية للبيانات في الجداول، مع استخدام الإحصاء الوصفي والتحليلي لاختبار العلاقة بين المتغيرات أو الأبعاد للتحقق من صدق أو عدم صدق فروض البحث، مع مقارنة نتائج الجداول بنتائج البحوث والدراسات السابقة وبنتائج بعض جداول الدراسة نفسها...

كذلك يفضل أن يقوم الباحث باستخدام الرسوم التوضيحية والبيانية والصور والخرائط لتوضيح بعض بيانات البحث. استنادا لعدة أسباب، منها: تحقيق عنصر الجاذبية وتوضيح الاتجاه العام للبيانات بدون الدخول في تفاصيل الجداول والأرقام الكثيرة بها. أيضا انطلاقا من المثل الصيني القائل الصورة أفضل من الكلمة ألف مرة...



وعلى الباحث أن يضع رقم الشكل على سطر وتحته عنوان الشكل بدون كتابة كلمة يوضح أو يبين وذلك أسفل الشكل. بينما يتم رقم الجدول على سطر وتحته عنوان الجداول بدون كلمة يوضح أو يبين وذلك أعلي الجدول.

استخلاص نتائج البحث ومناقشتها:

يقوم الباحث باستخلاص نتائج البحث من خلال تقديم الإجابات المطلوبة عن تساؤلات البحث، ومن خلال تقديم إجابة صريحة ومباشرة وواضحة لصدق أو لعدم صدق فروض البحث. ثم يقوم الباحث بتفسير نتائج البحث في ضوء:

1- الإطار النظري الذي تم تقديمه في بداية البحث (والذي قد يشمل نظريات ونماذج تم الاسترشاد بها في توجيه البحث والباحث في مسيرته البحثية).

2- نتائج البحوث والدراسات السابقة (هل نتـائج البحـث تتفـق أو تختلـف مـع هـذه النتـائج). بمعنـي مقارنة نتائج هذا البحث بنتائج غيره من البحوث والدراسات السابقة.

توصيات ومقترحات البحث:

وهنا يقوم الباحث بوضع عدد من التوصيات والمقترحات. على أن يتم مراعاة الاعتبارات التالية:

1- أن لا تكون عددها كبير.
2- أن تكون مرتبطة بموضوع البحث.
3- أن تكون مُترتبة على نتائج البحث.
4- أن تكون واقعية ويمكن تحقيقها.
5- أن تكون عملية أي يمكن تطبيقها في ضوء الموارد والإمكانات المتاحة والممكنة.
6- أن يتم تحديد الجهات التي يمكن أن تستفيد منها أو المطلوب منها تنفيذها.

طرق الاستفادة من المراجع:

ويستفيد الطالب من المراجع التي يستعين بها بعدة طرق منها:

الطريقة الأولى: الاقتباس

وفيه يقوم الطالب باقتباس بعض الأفكار والبيانات بنفس الكلمات الأصلية الواردة بالمراجع.

الطريقة الثانية: التلخيص

وفيه يقوم الطالب بتلخيص النصوص الطويلة لعرض المضمون الـذي أورده المؤلـف، وذلـك دون الإخلال بالموضوع أو ما به من أفكار رئيسية.

الطريقة الثالثة: التعليق

وفيه يقوم الطالب بعرض وجهة نظر المؤلف، مع التعليـق عليهـا بالتأييـد أو المعارضـة، عـلى أن يكون ذلك دون تحيز لوجهة نظر بل يكون على أساس علمي موضوعي.

الطريقة الرابعة: الاستنتاج

وفيه يحاول الطالب إيجاد علاقات وروابط بين عناصر الموضوع بالاعتماد على الحقائق العلمية التي تم التوصل إليها لمعرفة ملابسات الموضوع واستنتاج حلول أو نتائج متعلقة به (ماهر أبو المعاطي: 2005).

طرق كتابة مراجع البحث:

كتابة أو توثيق مراجع البحث بواسطة الباحث هو حفظ وتثمين مجهود الغير والمحافظة عليه والإشارة إلى الأجزاء التي تم اقتباسها من الآخرين. وتساعد هذه العملية في تحقيق عدة أهداف، نذكر منها :

1- تراكم العلوم والمعرفة.

2- تعزيز مصداقية وعلمية البحث.

3- زيادة الثقة في النتائج التي توصل إليها الباحث.

4- ممارسة وتعزيز قيم وأخلاقيات البحث العلمي وخاصة قيم الأمانة والصدق.

5- ومن باب الإشارة لمعلومات أكثر لمزيد من التفاصيل...

والبحث القيم هو الذي يحتوي على الطرق السليمة والمثلى في عملية كتابة أو توثيق المراجع. فإذا أراد أي قارئ أو أي باحث أو المشرف معرفة مراجع البحث لم يجد صعوبةً في معرفتها وفي معرفة نوعها هل هي: مصادر أم كتب أم رسائل ماجستير أو دكتوراه أم مجلات أم مواقع معلومات وغيرها... ومن الضروري أيضا أن تكون المعلومات عن كل مرجع تم الاستعانة به كاملة وصحيحة.

وهناك طرق عديدة في كتابة أو توثيق مراجع البحث، ولذلك يجب أن يتم اختيار أو إتباع طريقة موحدة في كل البحث من بدايته إلى نهايته في توثيق كل مراجع البحث.

ومن طرق التوثيق المعروفة والمتعارف عليها نذكر الطريقة التالية:

أمثلة:

كتاب لمؤلف واحد:

مدحت محمد أبو النصر: **قواعد ومراحل البحث العلمي** (القاهرة: المجموعة العربية للنشر والتوزيع، 2004) ص 20.

كتاب لمؤلفان:

مدحت محمد أبو النصر وأحمد عبد العزيز النجار: **الرعاية الاجتماعية في الإمارات** (العين: مكتبة الفلاح، ط2، 1996) ص ص: 56-.

كتاب لعدد من المؤلفين:

مدحت محمد أبو النصر وآخرون: **الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية المعاقين** (القاهرة: كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، ط3، 2012) الفصل الثاني.

كتاب مترجم:

ساندرا كان: **المفاهيم الرئيسية في العلاقات العامة**، ترجمة مدحت محمد أبو النصر (القاهرة: المركز القومي للترجمة، وزارة الثقافة، 2014).

بحث في مؤتمر:

مدحت محمد أبو النصر: "الاتجاهات الحديثة في تعليم وممارسة مهنة الخدمة الاجتماعية "، **المؤتمر الدولي الثالث والعشرون لكلية الخدمة الاجتماعية**، جامعة حلوان، القاهرة: 45- مارس 2014، ص ص: 16-18.

بحث في مجلة:

مدحت محمد أبو النصر: "إدارة الأزمات من منظور إداري واجتماعي"، **مجلة الأمن والقانون**، أكاديمية شرطة دبي، المجلد 4، العدد 12، دبي: أكتوبر 1999.

قاموس:

منير البعلبكي: **قاموس المورد انجليزي / عربي** (بيروت: مكتبة لبنان ناشرون، ط 15، 2015)

رسالة ماجستير:

مدحت محمد أبو النصر: **معوقات مشروعات التنمية الريفية ومقترحات التغلب عليها** (القاهرة: رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 1980).

رسالة دكتوراه:

جلال عبد الفتاح منصور: **أساليب تحديد الأولويات في تخطيط برامج الرعاية الاجتماعية** (القاهرة: رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 1986).

وطريقة كتابة المراجع الأجنبية هي نفسها طريقة كتابة المراجع العربية.

أمثلة:

R.Avid: **Organization Behavior and The Practice Management** (Illinois: Scott, Foresman & Co., 1973) p.5.

B.D. Ruben & R.W. Budd: **Human Communication Handbook** (N.Y.: Hayden Press , 1975) pp.5-7.

D. Krieger: **Living the Therapeutic Touch** (N.Y.: Dodd, Mead, 3rd ed. 2004).

Jack R. Gibb: "Defensive Communication", **Journal of Communication**, 11, No. 13, Sept. 1961.

B. Grayson & Others: "Attracting Victims", **Journal of Communication**, Vol. 4 , No 31, 1981.

Michael Mann (edr.): **Macmillan Student Encyclopedia of Sociology** (London: Macmillan Press, 1987).

Robert Barker: **The Social Work Dictionary** (Washington, Dc: NASW Press, 5th.ed. , 2003).

Sandra Cain: **Key Concepts in Public Relations** (U.K.: Palgrave Macmillan , 2009).

Medhat Abo El Nasr: **Social Work and Political Parties at the Local Level** (U.K.: Doctoral Dissertation, Unpublished, Wales University, 1986).

Ronald Walton: **Social Work and Women** (U.K.: Master Thesis, Unpublished, Wales University , 1990).

وبالنسبة لمواقع شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) فتكتب كالتالي:

تاريخ الدخول: يوليو 2015

- عائشة على عواجي http://www.draysha.com/inf/articles.php?action
- http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B1%D8%A

كذلك من طرق التوثيق التي تطلبها معظم المجلات والمؤتمرات في الوقت الحالي **طريقة توثيق الجمعية الأمريكية لعلم النفسAmerican Psychological Association، والتي يطلق عليها طريقة APA.**

والتالي بعض الأمثلة:

كتاب لمؤلف واحد: اسم عائلة المؤلف، اسمه الأول (سنة النشر). اسم الكتاب Bold، دار النشر، مكان النشر، رقم الصفحة أو الصفحات.

ولتوثيق كتاب بمؤلفين: اسم عائلة المؤلف الأول، الاسم الأول للمؤلف الأول ؛ اسم عائلة المؤلف الثاني، الاسم الأول للمؤلف الثاني (سنة النشر)، اسم الكتابBold ، الطبعة، مكان النشر، دار النشر، رقم الصفحة أو الصفحات.

ولتوثيق كتاب بأكثر من مؤلف بهذه الطريقة: اسم عائلة المؤلف الأول، اسم المؤلف الأول، وآخرون (سنة النشر). **اسم الكتاب Bold**، الطبعة، مكان النشر، دار النشر، رقم الصفحة أو الصفحات.

أمثلة:

أبو النصر، مدحت محمد (2010). **الأنشطة الطلابية اللاصفية**، كلية التربية، جامعة حلوان: القاهرة، مصر، ص: 5.

سعد الله، أيمن نبيه (2012). "الإطار المرجعي لدور المدرسة الجاذبة وقيم الانتماء في مواجهة العنف المدرسي وتعديل السلوك لتلاميذ المناطق الشعبية بالقاهرة". **مجلة التربية الفنية**، القاهرة، مصر.

عبد المنعم, عبد العزيز (1989). الاتجاهات الايجابية نحو الولاء للوطن, **رسالة ماجستير**، غير منشورة , معهد الدراسات العليا للطفولة, جامعة عين شمس, القاهرة، مصر.

فهمي, محمد (2001). "العمل مع جماعات الشباب ودعم الانتماء الوطني", **مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية**, العدد العاشر, كلية الخدمة الاجتماعية, جامعة حلوان, القاهرة، مصر.

مدكور، إبراهيم (1975). **معجم العلوم الاجتماعية**، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، مصر.

منصور, عبد المجيد (2001). **علم النفس التربوي**, دار العبيكان للنشر والتوزيع, القاهرة، مصر.

أبو عيشة، زاهدة جميل (1997). **مستوى التوتر النفسي ومصادره لدى المشرفين التربويين ومديري المدارس الحكومية في الضفة الغربية**، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، الضفة الغربية، فلسطين.

Book:

Clarch, S. & Akoch, B. (1993). **Children Development through Adolescence**. New York. John Wiley Sons Inc.

Weinstein, C. S., & Mignano, A. (1993).Organizing the elementary school classroom: Lessons from research and practice. New York: McGraw-Hill.

Journal Article:

Abraham Maslow: "A Theory of Human Motivation", Psychological Review , Vol. 50 ,1943.

Gage, N. L. (1989). "The paradigm wars and their aftermath: A "historical" sketch of research on teaching since 1989". **Educational Research**, 18, 4-10.

Newspaper:

Gage, N. L. (1989). "New drug cuts risk of heart failure". (1993, July 15). **The Washington Post**, p. A12.

Electronic Media:

Weinstein, C. S (1999). "Electronic reference formats recommended by the American Psychological Association". (2000, August 22). Washington, DC: American Psychological Association. Retrieved August 29, 2000, http://www.apa.org/journals/webref.html

وتكتب المراجع بالترتيب التالي:

أولا: المصادر

القرآن الكريم

السنة النبوية الشريفة

ثانيا: المراجع العربية

وترتب أبجديا (ا، ب، ت، ث،....)

ثالثا: المراجع الأجنبية

وترتب أبجديا (a , b , c , d , ...)

رابعا: مواقع شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)

الأخطاء الشائعة والتي قد يقع فيها الباحث العلمي:

هناك أخطاء عديدة قد يقع فيها الباحث العلمي بقصد أو بدون قصد نتيجة قلة معرفة أو نقص في الفهم والإدراك أو ضعف في الإشراف العلمي عليه...، من هذه الأخطاء:

1- عدم الدقة في الملاحظة.
2- تأثر البحث بالمعتقدات الذاتية والتجربة الشخصية للباحث، وبالتالي نجد أن الذاتية وليس الموضوعية تؤثر على عمليات جمع وتحليل وتفسير بيانات البحث.
3- التعميم الزائد أو الخاطئ.
4- عدم تحديد مشكلة البحث بشكل دقيق ومحدد.
5- الاعتماد بشكل رئيسي على المصادر الثانوية في جمع المعلومات والبيانات.
6- استخدام أدوات غير مناسبة لجمع البيانات المطلوبة.
7- المنطق غير السليم.
8- اختيار النوع الخطأ من أنواع العينات.
9- تحديد حجم العينة في البحث بشكل غير سليم وغير علمي.
10- استخدام معاملات إحصائية غير مناسبة لقياس العلاقة بين المتغيرات.
11- خداع الإحصائيات للباحث.
12- عدم ربط تحليل الجداول بنتائج البحوث والدراسات السابقة.
13- تجاهل الأدلة المضادة أو غير المتفقة مع النتائج التي وصل إليها الباحث.

14- التبسيط المخل.

15- عدم الأمانة العلمية والسرقات العلمية.

16- كتابة المراجع بطريقة خطأ، أو بطرق مختلفة.

17- كتابة عناوين الجداول بشكل خطأ.

18- كتابة عناوين الأشكال بشكل خطأ، ووضعها أعلي الأشكال

19- عدم وضوح الأشكال التوضيحية في البحث.

20- عدم اتباع فنط واحد في الطباعة في كل البحث.

21- عدم اتباع مسافة موحدة بين السطور في كل البحث.

مراجع الفصل

أولا: المراجع العربية

1- أماني موسي محمد: **التحليل الإحصائي للبيانات** (الجيزة: مشروع الطرق المؤدية إلى التعليم العالي، جامعة القاهرة، 2007).

2- جلال عبد الفتاح منصور: **البرنامج التدريبي تنمية مهارات الباحثين** (القاهرة والفيوم: الجمعية العربية للتنمية البشرية والبحث العلمي، أغسطس 2015).

3- ديوبولد فان دالين: **مناهج البحث التربية وعلم النفس**، ترجمة محمد نبيل وآخرون (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1985).

4- زينب الأشوح: **طرق وأساليب البحث العلمي** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2014).

5- سماح سالم سالم ونجلاء محمد صالح:**طرق البحث في الخدمة الاجتماعية** (عمان: دار المسيرة، 2015).

6- طلعت منصور: **مشاركة الأطفال** (القاهرة: المجلس العربي للطفولة والتنمية، 2013).

7- عادل ريان: **مناهج وأخلاقيات البحث العلمي** (القاهرة: برنامج اليونسيف للتنمية، 2012).

8- عبدالباسط محمد حسن: **أصول البحث العلمي الاجتماعي** (القاهرة: مكتبة وهبة، ط 8، 1982).

9- على عبدالمعطي محمد ومحمد السرياقوسي: **أساليب البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح، 1988) .

10- على عسكر وآخرون: **مقدمة في البحث العلمي** (الكويت: مكتبة الفلاح، 1992).

11- على معمر عبد المؤمن: **البحث في العلوم الاجتماعية** (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2008).

12- ماهر أبو المعاطي على: **البحث الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية** (القاهرة، مكتبة زهـراء الـشرق، 2005).

13- محمد شفيق: **البحث العلمي** (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 1994).

14- محمد صادق إسماعيل: **البحث العلمي بين الواقع والمأمول** (القـاهرة: المجموعـة العربيـة للتـدريب والنشر، 2016).

15- محمود محمد محمود وآخرون: **البحث الاجتماعي في الخدمـة الاجتماعيـة** (القـاهرة: مكتبـة زهـراء الشرق، 2007).

16- مدحت محمد أبو النصر: **قواعـد ومراحـل البحـث العلمـي** (القـاهرة: مجموعـة النيـل العربيـة، 2004).

17- مدحت محمد أبو النصر: **البحث العلمي لظـاهرة الانحـراف والجريمـة** (القـاهرة: كليـة الخدمـة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2014).

18- مدحت محمد أبو النصر: **البحث العلمي لظاهرة الانحراف الاجتماعـي** (القـاهرة: كليـة الخدمـة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2015).

19- مدحت محمد أبو النصر: **البرنامج التدريبي تنمية مهارات الباحثين** (القـاهرة والفيـوم: الجمعيـة العربية للتنمية البشرية والبحث العلمي، أغسطس 2015).

20- مدحت محمد أبو النصر: **البحث العلمي في ميـدان الـدفاع الاجتماعـي**(القـاهرة: كليـة الخدمـة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2016).

ثانيا: المراجع الأجنبية

1- David Dooley: **Social Research Methods** (N.Y.: Prentice Hall, Inc., 1984).

2- D.J. Casley & D.A. Lury: **Data Collection in Developing Countries** (Oxford: Clarendon Press, 1982).

3- F.M. Loewenberg: **Fundamentals of Social Intervention** (N.Y.: Columbia University Press , 1983).

4- Fredrick Weteny: **The Elements of Research** (N.J.: Prentice Hall , 1950).

5- K.D. Hopkins & J.C. Stanley: **Educational and Psychological Measurement and Evaluation** (N.Y.: Prentice Hall, Inc., 1981).

6- Louise H. Kidder & Charles M. Judd: **Social Research Relations Methods** (N.Y.: CBS Publishing , 5th. ed., 1986).

7- Nan Lin: **Foundations of Social Research** (N.Y.: Mc Graw - Hill, 1976).

8- P. Leedy: **Practical Research** (London: Collier Macmillan, 1974).

الفصل الحادي عشر
Research Design

ويشتمل النقاط التالية:

- Introduction
- he Steps in a Survey Project
- Establishing Goals
- Selecting Your Sample
- Avoiding a Biased Sample
- Quotas
- Interviewing Methods
- Personal Interviews
- Telephone Surveys
- Mail Surveys
- Computer Direct Interviews
- Email Surveys
- Internet/Intranet (Web Page) Surveys
- Scanning Questionnaires
- Summary of Survey Methods
- Questionnaire Design General Considerations

الفصل الحادي عشر

Research Design

Introduction:

Knowing what the client wants is the key factor to success in any type of business. News media, government agencies and political candidates need to know what the public thinks. Associations need to know what their members want. Large companies need to measure the attitudes of their employees. The best way to find this information is to conduct a survey.

This chapter is intended primarily for those who are new to survey research. It discusses options and provides suggestions on how to design and conduct a successful survey project. It does not provide instruction on using specific parts of The Survey System, although it mentions parts of the program that can help you with certain tasks.

The Steps in a Survey Project:

1- Establish the goals of the project - What you want to learn
2- Determine your sample - Whom you will interview
3- Choose interviewing methodology - How you will interview
4- Create your questionnaire - What you will ask
5- Pre-test the questionnaire, if practical - Test the questions
6- Conduct interviews and enter data - Ask the questions
7- Analyze the data - Produce the reports

Establishing Goals:

The first step in any survey is deciding what you want to learn. The goals of the project determine whom you will survey and what you will ask them. If your goals are unclear, the results will probably be unclear. Some typical goals include learning more about:

- The potential market for a new product or service
- Ratings of current products or services
- Employee attitudes
- Customer/patient satisfaction levels
- Reader/viewer/listener opinions
- Association member opinions
- Opinions about political candidates or issues
- Corporate images

These sample goals represent general areas. The more specific you can make your goals, the easier it will be to get usable answers.

Selecting Your Sample:

There are two main components in determining whom you will interview. The first is deciding what kind of people to interview. Researchers often call this group the target population. If you conduct an employee attitude survey or an association membership survey, the population is obvious. If you are trying to determine the likely success of a product, the target population may be less obvious. Correctly determining the target population is critical. If you do not interview the right kinds of people, you will not successfully meet your goals.

The next thing to decide is how many people you need to interview. Statisticians know that a small, representative sample will reflect the group from which it is drawn. The larger the sample, the more precisely it reflects the target group. However, the rate of improvement in the precision decreases as your sample size increases. For example, to increase a sample from 250 to 1,000 only doubles the precision. You must make a decision about your sample size based on factors such as: time available, budget and necessary degree of precision.

The Survey System (and this Web site) includes a sample size calculator that can help you decide on the sample size (jump to the calculator page for a general discussion of sample size considerations).

Avoiding a Biased Sample:

A biased sample will produce biased results. Totally excluding all bias is almost impossible; however, if you recognize bias exists you can intuitively discount some of the answers. The following list shows some examples of biased samples.

Sample	Probable Bias	Reason
Your Customers	Favorable	They would not be your customers if they were unhappy, but it is important to know what keeps them happy.
Your Ex-Customers	Unfavorable	If they were happy they would not be ex-customers, but it is important to know why they left you.
"Phone-In"	Extreme Views	Only people with a strong interest in a subject (either for or against) are likely to call in - and they may do so several times to load the vote.
Daytime	Non-Working	A majority of people who are at home during Interviews the day do not work. Their opinions may not reflect the working population.
Internet	Atypical People	Limited to people with Internet access. Internet users are not representative of the general population, even when matched on age, gender, etc.. This can be a serious problem, unless you are only interested in people who have Internet access. In many business surveys this limitation might not be a problem. Another concern is that respondents have been known to complete multiple surveys to sway results, unless the software prevents this.

The consequences of a source of bias depend on the nature of the survey. For example, a survey for a product aimed at retirees will not be as biased by daytime interviews as will a general public opinion survey. A survey about Internet products can safely ignore people who do not use the Internet.

Quotas:

A Quota is a sample size for a sub-group. It is sometimes useful to establish quotas to ensure that your sample accurately reflects relevant sub-groups in your target population. For example, men and women have somewhat different opinions in many areas. If you want your survey to accurately reflect the general population's opinions, you will want to ensure that the percentage of men and women in your sample reflect their percentages of the general population.

If you are interviewing users of a particular type of product, you probably want to ensure that users of the different current brands are represented in proportions that approximate the current market share. Alternatively, you may want to ensure that you have enough users of each brand to be able to analyze the users of each brand as a separate group. If you are doing telephone or Web page interviewing, The Survey System's optional Sample Management or Internet Module can help you enforce

quotas. They let you create automatically enforced quotas and/or monitor your sample during interviewing sessions.

Interviewing Methods:

Once you have decided on your sample you must decide on your method of data collection. Each method has advantages and disadvantages.

Personal Interviews:

An interview is called personal when the Interviewer asks the questions face-to-face with the Interviewee. Personal interviews can take place in the home, at a shopping mall, on the street, outside a movie theater or polling place, and so on.

Advantages:

- The ability to let the Interviewee see, feel and/or taste a product.
- The ability to find the target population. For example, you can find people who have seen a film much more easily outside a theater in which it is playing than by calling phone numbers at random.
- Longer interviews are sometimes tolerated. Particularly with in-home interviews that have been arranged in advance. People may be willing to talk longer face-to-face than to someone on the phone.

Disadvantages:

- Personal interviews usually cost more per interview than other methods. This is particularly true of in-home interviews, where travel time is a major factor.
- Each mall has its own characteristics. It draws its clientele from a specific geographic area surrounding it, and its shop profile also influences the type of client. These characteristics may differ from the target population and create a non-representative sample.

Telephone Surveys:

Surveying by telephone is the most popular interviewing method in the USA. This is made possible by nearly universal coverage (96% of homes have a telephone).

Advantages

- People can usually be contacted faster over the telephone than with other methods. If the Interviewers are using CATI (computer-assisted telephone interviewing), the results can be available minutes after completing the last interview.
- You can dial random telephone numbers when you do not have the actual telephone numbers of potential respondents.
- CATI software, such as The Survey System, makes complex questionnaires practical by offering many logic options. It can automatically skip questions, perform calculations and modify questions based on the answers to earlier questions. It can check the logical consistency of answers and can present questions or answers choices in a random order (the last two are sometimes important for reasons described later).
- Skilled interviewers can often elicit longer or more complete answers than people will give on their own to mail, email surveys (though some people will give longer answers to Web page surveys). Interviewers can also ask for clarification of unclear responses.
- Some software, such as The Survey System, can combine survey answers with pre-existing information you have about the people being interviewed.

Disadvantages:

- Many telemarketers have given legitimate research a bad name by claiming to be doing research when they start a sales call. Consequently, many people are reluctant to answer phone interviews and use their answering machines to screen calls. Since over half of the homes in the USA have answering machines, this problem is getting worse.
- The growing number of working women often means that no one is home during the day. This limits calling time to a "window" of about 6-9 p.m. (when you can be sure to interrupt dinner or a favorite TV program).
- You cannot show or sample products by phone.

Mail Surveys:

Advantages:

- Mail surveys are among the least expensive.

- This is the only kind of survey you can do if you have the names and addresses of the target population, but not their telephone numbers.
- The questionnaire can include pictures - something that is not possible over the phone.
- Mail surveys allow the respondent to answer at their leisure, rather than at the often inconvenient moment they are contacted for a phone or personal interview. For this reason, they are not considered as intrusive as other kinds of interviews.

Disadvantages:

- Time! Mail surveys take longer than other kinds. You will need to wait several weeks after mailing out questionnaires before you can be sure that you have gotten most of the responses.
- In populations of lower educational and literacy levels, response rates to mail surveys are often too small to be useful. This, in effect, eliminates many immigrant populations that form substantial markets in many areas. Even in well-educated populations, response rates vary from as low as 3% up to 90%. As a rule of thumb, the best response levels are achieved from highly-educated people and people with a particular interest in the subject (which, depending on your target population, could lead to a biased sample).

One way of improving response rates to mail surveys is to mail a postcard telling your sample to watch for a questionnaire in the next week or two. Another is to follow up a questionnaire mailing after a couple of weeks with a card asking people to return the questionnaire. The downside is that this doubles or triples your mailing cost. If you have purchased a mailing list from a supplier, you may also have to pay a second (and third) use fee - you often cannot buy the list once and re-use it.

Another way to increase responses to mail surveys is to use an incentive. One possibility is to send a dollar bill (or more) along with the survey (or offer to donate the dollar to a charity specified by the respondent). If you do so, be sure to say that the dollar is a way of saying "thanks," rather than payment for their time. Many people will consider their time worth more than a dollar. Another possibility is to include the people who return completed surveys in a drawing for a prize. A third is to offer a copy of the (non-confidential) result highlights to those who complete the questionnaire. Any of these techniques will increase the response rates.

Remember that if you want a sample of 1,000 people, and you estimate a 10% response level, you need to mail 10,000 questionnaires. You may want to check with your local post office about bulk mail rates - you can save on postage using this mailing method. However, most researchers do not use bulk mail, because many people associate "bulk" with "junk" and will throw it out without opening the envelope, lowering your response rate. Also bulk mail moves slowly, increasing the time needed to complete your project.

Computer Direct Interviews:

These are interviews in which the Interviewees enter their own answers directly into a computer. They can be used at malls, trade shows, offices, and so on. The Survey System's optional Interviewing Module and Interview Stations can easily create computer-direct interviews. Some researchers set up a Web page survey for this purpose.

Advantages:

- The virtual elimination of data entry and editing costs.
- You will get more accurate answers to sensitive questions. Recent studies of potential blood donors have shown respondents were more likely to reveal HIV-related risk factors to a computer screen than to either human interviewers or paper questionnaires. The National Institute of Justice has also found that computer-aided surveys among drug users get better results than personal interviews. Employees are also more often willing to give more honest answers to a computer than to a person or paper questionnaire.
- The elimination of interviewer bias. Different interviewers can ask questions in different ways, leading to different results. The computer asks the questions the same way every time.
- Ensuring skip patterns are accurately followed. The Survey System can ensure people are not asked questions they should skip based on their earlier answers. These automatic skips are more accurate than relying on an Interviewer reading a paper questionnaire.
- Response rates are usually higher. Computer-aided interviewing is still novel enough that some people will answer a computer interview when they would not have completed another kind of interview.

Disadvantages:

- The Interviewees must have access to a computer or one must be provided for them.
- As with mail surveys, computer direct interviews may have serious response rate problems in populations of lower educational and literacy levels. This method may grow in importance as computer use increases.

Email Surveys:

Email surveys are both very economical and very fast. More people have email than have full Internet access. This makes email a better choice than a Web page survey for some populations. On the other hand, email surveys are limited to simple questionnaires, whereas Web page surveys can include complex logic.

Advantages:

- Speed. An email questionnaire can gather several thousand responses within a day or two.
- There is practically no cost involved once the set up has been completed.
- You can attach pictures and sound files.
- The novelty element of an email survey often stimulates higher response levels than ordinary \93snail\94 mail surveys.

Disadvantages:

- You must possess (or purchase) a list of email addresses.
- Some people will respond several times or pass questionnaires along to friends to answer. Many programs have no check to eliminate people responding multiple times to bias the results. The Survey System\92s Email Module will only accept one reply from each address sent the questionnaire. It eliminates duplicate and pass along questionnaires and checks to ensure that respondents have not ignored instructions (e.g., giving 2 answers to a question requesting only one).
- Many people dislike unsolicited email even more than unsolicited regular mail. You may want to send email questionnaires only to people who expect to get email from you.
- You cannot use email surveys to generalize findings to the whole populations. People who have email are different from those who do not,

even when matched on demographic characteristics, such as age and gender.

- Email surveys cannot automatically skip questions or randomize question or answer choice order or use other automatic techniques that can enhance surveys the way Web page surveys can.

Many email programs are limited to plain ASCII text questionnaires and cannot show pictures. Email questionnaires from The Survey System can attach graphic or sound files. Although use of email is growing very rapidly, it is not universal - and is even less so outside the USA (three-quarters of the world's email traffic takes place within the USA). Many \93average\94 citizens still do not possess email facilities, especially older people and those in lower income and education groups. So email surveys do not reflect the population as a whole. At this stage they are probably best used in a corporate environment where email is common or when most members of the target population are known to have email.

Internet/Intranet (Web Page) Surveys:

Web surveys are rapidly gaining popularity. They have major speed, cost, and flexibility advantages, but also significant sampling limitations. These limitations make software selection especially important and restrict the groups you can study using this technique.

Advantages:

- Web page surveys are extremely fast. A questionnaire posted on a popular Web site can gather several thousand responses within a few hours. Many people who will respond to an email invitation to take a Web survey will do so the first day, and most will do so within a few days.
- There is practically no cost involved once the set up has been completed. Large samples do not cost more than smaller ones (except for any cost to acquire the sample).
- You can show pictures. Some Web survey software can also show video and play sound.
- Web page questionnaires can use complex question skipping logic, randomizations and other features not possible with paper questionnaires or most email surveys. These features can assure better data.
- Web page questionnaires can use colors, fonts and other formatting

options not possible in most email surveys.

- A significant number of people will give more honest answers to questions about sensitive topics, such as drug use or sex, when giving their answers to a computer, instead of to a person or on paper.
- On average, people give longer answers to open-ended questions on Web page questionnaires than they do on other kinds of self-administered surveys.
- Some Web survey software, such as The Survey System, can combine the survey answers with pre-existing information you have about individuals taking a survey.

Disadvantages:

- While growing every year, Internet use is not universal. Internet surveys do not reflect the population as a whole. This is true even if a sample of Internet users is selected to match the general population in terms of age, gender and other demographics.
- People can easily quit in the middle of a questionnaire. They are not as likely to complete a long questionnaire on the Web as they would be if talking with a good interviewer.
- If your survey pops up on a web page, you often have no control over who replies - anyone from Antartica to Zanzibar, cruising that web page may answer.
- Depending on your software, there is often no control over people responding multiple times to bias the results.

At this stage we recommend using the Internet for surveys mainly when your target population consists entirely or almost entirely of Internet users. Business-to-business research and employee attitude surveys can often meet this requirement. Surveys of the general population usually will not. That said, Internet surveys did about as well, and in some cases better, than other methods in predicting the outcome of the 2012 U.S. presidential election.

Even when Internet users may not closely match your target population, a Web page survey may be your best choice if you want to show video or both sound and graphics. A Web page survey may be the only practical way to have many people view and react to a video.

In any case, be sure your survey software prevents people from completing more than one questionnaire. You may also want to restrict access by requiring a password (good software allows this option) or by

putting the survey on a page that can only be accessed directly (i.e., there are no links to it from other pages).

Scanning Questionnaires:

Scanning questionnaires is a method of data collection that can be used with paper questionnaires that have been administered in face-to-face interviews; mail surveys or surveys completed by an Interviewer over the telephone. The Survey System can produce paper questionnaires that can be scanned using Remark Office OMR (available from CRS). Other software can scan questionnaires and produce ASCII Files that can be read into The Survey System.

Advantages:

- Scanning can be the fastest method of data entry for paper questionnaires.
- Scanning is more accurate than a person in reading a properly completed questionnaire.

Disadvantages:

- Scanning is best-suited to "check the box" type surveys and bar codes. Scanning programs have various methods to deal with text responses, but all require additional data entry time.
- Scanning is less forgiving (accurate) than a person in reading a poorly marked questionnaire. Requires investment in additional hardware to do the actual scanning.

Summary of Survey Methods:

Your choice of survey method will depend on several factors. These include:

Speed	Email and Web page surveys are the fastest methods, followed by telephone interviewing. Mail surveys are the slowest.
Cost	Personal interviews are the most expensive followed by telephone and then mail. Email and Web page surveys are the least expensive for large samples.
Internet Usage	Web page and Email surveys offer significant advantages, but you may not be able to generalize their results to the population as a whole.
Literacy Levels	Illiterate and less-educated people rarely respond to mail surveys.
Sensitive Questions	People are more likely to answer sensitive questions when interviewed directly by a computer in one form or another.
Video, Sound, Graphics	A need to get reactions to video, music, or a picture limits your options. You can play a video on a Web page, in a computer-direct interview, or in person. You can play music when using these methods or over a telephone. You can show pictures in those first methods and in a mail survey.

Questionnaire Design

General Considerations:

This section covers general survey design tips.

The first rule is to design the questionnaire to fit the medium. Phone interviews cannot show pictures. People responding to mail or Web surveys cannot easily ask What exactly do you mean by that? if they do not understand a question. Intimate, personal questions are sometimes best handled by mail or Web, where anonymity is most assured, and people are less concerned about giving socially acceptable answers than they would be to a live interviewer.

KISS - keep it short and simple. If you present a 20-page questionnaire most potential respondents will give up in horror before even starting. Ask yourself what you will do with the information from each question. If you cannot give yourself a satisfactory answer, leave it out. Avoid the temptation to add a few more questions just because you are doing a questionnaire anyway. If necessary, place your questions into three groups: must know, useful to know and nice to know. Discard the last group, unless the previous two groups are very short.

Start with an introduction or welcome message. In the case of mail or Web questionnaires, this message can be in a cover page or on the questionnaire form itself. If you are sending emails that ask people to take a Web page survey, put your main introduction or welcome message in the email. When practical, state who you are and why you want the information

in the survey. A good introduction or welcome message will encourage people to complete your questionnaire.

Allow a Don't Know or \93Not Applicable response to all questions, except to those in which you are certain that all respondents will have a clear answer. In most cases, these are wasted answers as far as the researcher is concerned, but are necessary alternatives to avoid frustrated respondents. Sometimes Don't Know or Not Applicable\94 will really represent some respondents' most honest answers to some of your questions. Respondents who feel they are being coerced into giving an answer they do not want to give often do not complete the questionnaire. For example, many people will abandon a questionnaire that asks them to specify their income, without offering a "decline to state" choice.

For the same reason, include Other or None whenever either of these is a logically possible answer. When the answer choices are a list of possible opinions, preferences, or behaviors, you should usually allow these answers.

On paper, computer direct and Internet surveys these four choices should appear as appropriate. You may want to combine two or more of them into one choice, if you have no interest in distinguishing between them. You will rarely want to include \93Don't Know,\94 \93Not Applicable, Other or None in a list of choices being read over the telephone or in person, but you should allow the interviewer the ability to accept them when given by respondents.

Question Types:

Researchers use three basic types of questions: multiple choice, numeric open end and text open end (sometimes called "verbatims"). Examples of each kind of question follow:

Multiple Choice

1. Where do you live?

- ☐ North
- ☐ South
- ☐ East
- ☐ West

Numeric Open End

2. How much did you spend on groceries this week? _______

Text Open End

3. How can our company improve is working conditions?

____

____

Rating Scales and Agreement Scales are two common types of questions that some researchers treat as multiple choice questions and others treat as numeric open end questions. Examples of these kinds of questions are:

Rating Scales

4. How would you rate this product?

- ☐ Excellent
- ☐ Good
- ☐ Fair
- ☐ Poor

5. On a scale where "10" means you have a great amount of interest in a subject and "1" means you have none at all, how would you rate your interest in each of the following topics?

Domestic politics .. __
Foreign Affairs ...... __
Science & Health .. __
Business .... __

Agreement Scale

6. How much do you agree with each of the following statements:

	Strongly Agree	Agree	Disagree	Strongly Disagree
My manager provides contructive criticism	☐	☐	☐	☐
Our medical plan provides adequate coverage	☐	☐	☐	☐
I would prefer to work longer hours on fewer days	☐	☐	☐	☐

Question and Answer Choice Order:

There are two broad issues to keep in mind when considering question and answer choice order. One is how the question and answer choice order can encourage people to complete your survey. The other issue is how the order of questions or the order of answer choices could affect the results of your survey.

Ideally, the early questions in a survey should be easy and pleasant to answer. These kinds of questions encourage people to continue the survey. In telephone or personal interviews they help build rapport with the interviewer. Grouping together questions on the same topic also makes the questionnaire easier to answer.

Whenever possible leave difficult or sensitive questions until near the end of your survey. Any rapport that has been built up will make it more likely people will answer these questions. If people quit at that point anyway, at least they will have answered most of your questions.

Answer choice order can make individual questions easier or more difficult to answer. Whenever there is a logical or natural order to answer choices, use it. Always present agree-disagree choices in that order. Presenting them in disagree-agree order will seem odd. For the same reason, positive to negative and excellent to poor scales should be presented in those orders. When using numeric rating scales higher numbers should mean a more positive or more agreeing answer.

Question order can affect the results in two ways. One is that mentioning something (an idea, an issue, a brand) in one question can make people think of it while they answer a later question, when they might not have thought of it if it had not been previously mentioned. In some cases you may be able to reduce this problem by randomizing the order of related questions. Separating related questions with unrelated ones can also reduce this problem, though neither technique will eliminate it.

The other way question order can affect results is habituation. This problem applies to a series of questions that all have the same answer choices. It means that some people will usually start giving the same answer, without really considering it, after being asked a series of similar questions. People tend to think more when asked the earlier questions in the series and so give more accurate answers to them.

If you are using telephone, computer direct or Internet interviewing, good software can help with this problem. Software should allow you to present a series of questions in a random order in each interview. This

technique will not eliminate habituation, but will ensure that it applies equally to all questions in a series, not just to particular questions near the end of a series.

Another way to reduce this problem is to ask only a short series of similar questions at a particular point in the questionnaire. Then ask one or more different kinds of questions, and then another short series if needed.

A third way to reduce habituation is to change the \93positive\94 answer. This applies mainly to level-of-agreement questions. You can word some statements so that a high level of agreement means satisfaction (e.g., \93My supervisor gives me positive feedback\94) and others so that a high level of agreement means dissatisfaction (e.g., \93My supervisor usually ignores my suggestions\94). This technique forces the respondent to think more about each question. One negative aspect of this technique is that you may have to modify some of the data after the results are entered, because having the higher levels of agreement always mean a positive (or negative) answer makes the analysis much easier. However, the few minutes extra work may be a worthwhile price to pay to get more accurate data.

The order in which the answer choices are presented can also affect the answers given. People tend to pick the choices nearest the start of a list when they read the list themselves on paper or a computer screen. People tend to pick the most recent answer when they hear a list of choices read to them.

As mentioned previously, sometimes answer choices have a natural order (e.g., Yes, followed by No; or Excellent - Good - Fair - Poor). If so, you should use that order. At other times, questions have answers that are obvious to the person that is answering them (e.g., \93Which brands of car do you own?\94). In these cases, the order in which the answer choices are presented is not likely to affect the answers given. However, there are kinds of questions, particularly questions about preference or recall or questions with relatively long answer choices that express an idea or opinion, in which the answer choice order is more likely to affect which choice is picked. If you are using telephone, computer direct, or Web page interviewing, have your software present these kinds of answer choices in a random order.

Other General Tips:

Keep the questionnaire as short as possible. We mentioned this principle before, but it is so important it is worth repeating. More people will complete a shorter questionnaire, regardless of the interviewing method. If a question is not necessary, do not include it.

Start with a Title (e.g., Leisure Activities Survey). Always include a short introduction - who you are and why you are doing the survey. If you are asking about different brands, it is often a good idea to give the name of the research company rather than the client (e.g., XYZ Research Agency rather than the manufacturer of the product/ service being surveyed). Many firms create a separate research company name (even if it is only a direct phone line to the research department) to disguise themselves. This is to avoid possible bias, since people rarely like to criticize someone to their face and are much more open to a third party.

In some cases, though, it may help to mention the client. If you are surveying members of an organization, the members may be more likely to respond if they think the organization is asking their opinions on how it can best meet their needs. The same could be true when you are surveying users of a particular service.

Reassure your respondent that his or her responses will not be revealed to your client, but only combined with many others to learn about overall attitudes.

Include a cover letter with all mail surveys. A good cover letter or invitation to take a Web page survey will increase the response rate. A bad one, or none at all, will reduce the response rate. Include the information in the preceding two paragraphs and mention the incentive (if any). Describe how to return the questionnaire. Include the name and telephone number of someone the respondent can call if they have any questions. Include instructions on how to complete the survey itself.

The most effective cover letters and invitations include the following elements: Ask the recipient to take the survey. Explain why taking it will improve some aspect of the recipient's life (it will help improve a product, make an organization better meet their needs, make their opinions heard). Appeal to the recipient's sense of altruism ("please help"). Ask the recipient again to take the survey.

Number mail questionnaires on each page and include the return address on the questionnaire itself, because pages and envelopes can be separated from each other. Envelopes should have return postage prepaid. Using a postage stamp often increases response rates, but is expensive, since you must stamp every envelope - not just the returned ones.

You may want to leave a space for the respondent to add their name and title. Some people will put in their names, making it possible for you to recontact them for clarification or follow-up questions. Indicate that filling

in their name is optional. If the questions are sensitive in nature, do not have a space for a name. Some people would become suspicious and not complete the survey.

If you hand out questionnaires on your premises, you obviously cannot remain anonymous, but keep the bias problem in mind when you consider the answers.

If the survey contains commercially sensitive material, ask a "security" question up front to find whether the respondent or any member of his family, household or any close friend works in the industry being surveyed. If so, terminate the interview immediately. They (or family or friends) may work for the company that commissioned the survey - or for a competitor. In either case, they are not representative and should be eliminated. If they work for a competitor, the nature of the questions may betray valuable secrets. The best way to ask security questions is in reverse (i.e., if you are surveying for a pharmaceutical product, phrase the question as "We want to interview people in certain industries - do you or any member of your household work in the pharmaceutical industry?). If the answer is "Yes" thank the respondent and terminate the interview. Similarly, it is best to eliminate people working in the advertising, market research or media industries, since they may work with competing companies.

After the security question, start with general questions. If you want to limit the survey to users of a particular product, you may want to disguise the qualifying product. As a rule, start from general attitudes to the class of products, through brand awareness, purchase patterns, specific product usage to questions on specific problems (i.e., work from "What types of coffee have you bought in the last three months" to "Do you recall seeing a special offer on your last purchase of Brand X coffee?"). If possible put the most important questions into the first half of the survey. If a person gives up half way through, at least you have the most important information.

Make sure you include all the relevant alternatives as answer choices. Leaving out a choice can give misleading results. For example, a number of recent polls that ask Americans if they support the death penalty "Yes" or "No" have found 70-75% of the respondents choosing \94Yes.\94 Polls that offer the choice between the death penalty and life in prison without the possibility of parole show support for the death penalty at about 506-0%. Polls that offer the alternatives of the death penalty or life in prison without the possibility of parole, with the inmates working in prison to pay restitution to their victims\92 families have found support for the death penalty closer to 30%.

So what is the true level of support for the death penalty? The lowest figure is probably truest, since it represents the percentage that favor that option regardless of the alternatives offered. The need to include all relevant alternatives is not limited to political polls. You can get misleading data anytime you leave out alternatives.

Do not put two questions into one. Avoid questions such as "Do you buy frozen meat and frozen fish?" A "Yes" answer can mean the respondent buys meat or fish or both. Similarly with a question such as "Have you ever bought Product X and, if so, did you like it?" A "No" answer can mean "never bought" or "bought and disliked." Be as specific as possible. "Do you ever buy pasta?" can include someone who once bought some in 1990. It does not tell you whether the pasta was dried, frozen or canned and may include someone who had pasta in a restaurant. It is better to say "Have you bought pasta (other than in a restaurant) in the last three months?" "If yes, was it frozen, canned or dried?" Few people can remember what they bought more than three months ago unless it was a major purchase such as an automobile or appliance.

The overriding consideration in questionnaire design is to make sure your questions can accurately tell you what you want to learn. The way you phrase a question can change the answers you get. Try to make sure the wording does not favor one answer choice over another.

Avoid emotionally charged words or leading questions that point towards a certain answer. You will get different answers from asking "What do you think of the XYZ proposal?" than from "What do you think of the Republican XYZ proposal?" The word "Republican" in the second question would cause some people to favor or oppose the proposal based on their feelings about Republicans, rather than about the proposal itself. It is very easy to create bias in a questionnaire. This is another good reason to test it before going ahead.

If you are comparing different products to find preferences, give each one a neutral name or reference. Do not call one "A" and the second one "B." This immediately brings images of A grades and B grades to mind, with the former being seen as superior to the latter. It is better to give each a "neutral" reference such "M" or "N" that do not have as strong a quality difference image.

Avoid technical terms and acronyms, unless you are absolutely sure that respondents know they mean. LAUTRO, AGI, GPA, EIEIO (Life Assurance and Unit Trust Regulatory Organization, Adjusted Gross Income, Grade Point Average and Engineering Information External Inquiries

Officer) are all well-known acronyms to people in those particular fields, but very few people would understand all of them. If you must use an acronym, spell it out the first time it is used.

Make sure your questions accept all the possible answers. A question like "Do you use regular or premium gas in your car?" does not cover all possible answers. The owner may alternate between both types. The question also ignores the possibility of diesel or electric-powered cars. A better way of asking this question would be "Which type(s) of fuel do you use in your cars?" The responses allowed might be:

- ☐ Regular gasoline
- ☐ Premium gasoline
- ☐ Diesel
- ☐ Other
- ☐ Do not have a car

If you want only one answer from each person, ensure that the options are mutually exclusive. For example:

In which of the following do you live?

- ☐ A house
- ☐ An apartment
- ☐ The suburbs

This question ignores the possibility of someone living in a house or an apartment in the suburbs.

Score or rating scale questions (e.g., "If '5' means very good and '1' means very poor how would rate this product?") are a particular problem. Researchers are very divided on this issue. Many surveys use a ten-point scale, but there is considerable evidence to suggest that anything over a five point scale is irrelevant. This depends partially on education. Among university graduates a ten point scale will work well. Among people with less than a high school education five points is sufficient. In some populations, a three-point scale (good/acceptable/bad) may be all some respondents can understand.

Giving a verbal or written label to each point on a scale, instead of just the endpoints, will usually yield higher-quality data, though this may not be practical when there are more than five points on the scale.

Another issue on which researchers differ is whether to use a scale with an odd or even number of points. Some like to force people to give an answer that is clearly positive or negative. This can make the analysis easier. Others feel it is important to offer a neutral, middle option. Your interviewing mode can make a difference here. A good interviewer can often get an answer, but in a self-administered interview, such as a Web page survey, a person who is frustrated by being unable to give a middle answer may leave a question blank or quit the survey altogether.

Be sure any rating scale labels are meaningful. For example:

What do you think about product X?

- ☐ It's the best on the market
- ☐ It's about average
- ☐ It's the worst on the market

A question phrased like the one above will force most answers into the middle category, resulting in very little usable information.

If you have used a particular scale before and need to compare results, use the same scale. Four on a five-point scale is not equivalent to eight on a ten-point scale. Someone who rates an item "4" on a five-point scale might rate that item anywhere between "6" and "9" on a ten-point scale.

Do not use negative numbers when asking for ratings. Some people do not like to give negative numbers as answers. A scale of 2- to +2 is mathematically equivalent to a scale of 1 to 5, but in practice you will get fewer people picking 2- or -1 than would pick 1 or 2. If you want 0 to be the midpoint of a scale when you produce reports, you can weight the answers after data collection to get that result.

Always discount "favorable" answers by a significant factor. Unfortunately, there is no hard and fast rule on how much to do this. It depends on the situation. Some people tend to give answers they think will please an interviewer or even a survey company or survey sponsor, and in some cultures it might be considered impolite to give negative answers. One factor to consider is the survey mode. People tend to pick the most positive answer on a scale more often when answering telephone or in-person surveys than other types of surveys, regardless of the details of the question.

The desire to please translates into a tendency to pick agreeing answers on agreement scales. While logically the percentage that strongly agrees that "X is good" should exactly equal the percentage that strongly disagrees that

"X is bad," in the real world, this is unlikely to be true. Experiments have shown that more people will agree than disagree. One way to eliminate this problem is to ask half your respondents if they agree that "X is good" and the other half if they agree that "X is bad." You could then reverse the answers given by the second group. This is extra work, but it may be worth it if it is important to get the most accurate percentage of people who really agree with something.

People sometimes give answers they feel will reflect well on them. This is a constant problem for pre-election polls. More people say they will vote than actually will vote. More people say they go to museums or libraries than actually do. This problem is most significant when your respondents are talking directly to a person. People give more honest answers when answering questions on a computer. Mail surveys are in-between.

Because people like to think of themselves as normal or average, the range of answer choices you give when asking for a quantity or a frequency can affect the results. For example if you ask people how many hours of television they watch in a day and you offer the choices:

- ☐ ½ hour or less
- ☐ 1 hour
- ☐ 1½ hours
- ☐ 2 hours
- ☐ 3 hours
- ☐ 4 hours or more

you will get fewer people picking 4 or more than if you offered the choices:

- ☐ 1 hour or less
- ☐ 2 hours
- ☐ 3 hours
- ☐ 4 hours
- ☐ 5-6 hours
- ☐ 7 hours or more

The first list of choices makes 4 hours sound extreme, while the second list of choices makes it seem typical.

In personal interviews it is vital for the Interviewer to have empathy with the Interviewee. In general, Interviewers should try to "blend" with respondents in terms of race, language, sex, age, etc. Choose your Interviewers according to the likely respondents.

Leave your demographic questions (age, gender, income, education, etc.) until the end of the questionnaire. By then the interviewer should have built a rapport with the interviewee that will allow honest responses to such personal questions. Mail and Internet questionnaires should do the same, although the rapport must be built by good question design, rather than personality. Exceptions to this rule are any demographic questions that qualify someone to be included in the survey. For example, many researchers limit some surveys to people in certain age groups. These questions must come near the beginning.

Do not have an interviewer ask a respondent's gender, unless they really have no idea. Have the interviewer fill in the answer themselves.

Paper questionnaires requiring text answers, should always leave sufficient space for handwritten answers. Lines should be about half-an-inch (one cm.) apart. The number of lines you should have depends on the question. Three to five lines are average.

Leave a space at the end of a questionnaire entitled "Other Comments." Sometimes respondents offer casual remarks that are worth their weight in gold and cover some area you did not think of, but which respondents consider critical. Many products have a wide range of secondary uses that the manufacturer knows nothing about but which could provide a valuable

source of extra sales if approached properly. In one third world market, a major factor in the sale of candles was the ability to use the spent wax as floor polish - but the manufacturer only discovered this by a chance remark.

Always consider the layout of your questionnaire. This is especially important on paper, computer direct and Internet surveys. You want to make it attractive, easy to understand and easy to complete. If you are creating a paper survey, you also want to make it easy for your data entry personnel.

Try to keep your answer spaces in a straight line, either horizontally or vertically. A single answer choice on each line is best. Eye tracking studies show the best place to use for answer spaces is the right hand edge of the page. It is much easier for a field worker or respondent to follow a logical flow across or down a page. Using the right edge is also easiest for data entry.

The Survey System lets you create a Questionnaire Form with the answer choices in two columns. Creating the form that way can save a lot of paper or screen space, but you should recognize doing so makes the questionnaire a little harder to complete. It also slows the data entry process when working with paper questionnaires.

Questions and answer choice grids, as in the second of the following examples, are popular with many researchers. They can look attractive and save paper, or computer screen space. They also can avoid a long series of very repetitive question and answer choice lists. Unfortunately, they also are a bit harder than the repeated lists for some people to understand. As always, consider whom you are studying when you create your questionnaire.

Look at the following layouts and decide which you would prefer to use:

Do you agree, disagree or have no opinion that this company has:

A good vacation policy - agree/not sure/disagree.

Good management feedback - agree/not sure/disagree.

Good medical insurance - agree/not sure/disagree.

High wages - agree/not sure/disagree.

An alternative layout is:

Do you agree, disagree or have no opinion that this company has:

	Agree	Not Sure	Disagree
A good vacation policy	☐ 1	☐ 2	☐ 3
Good management feedback	☐ 1	☐ 2	☐ 3
Good medical insurance	☐ 1	☐ 2	☐ 3
High wages	☐ 1	☐ 2	☐ 3

The second example shows the answer choices in neat columns and has more space between the lines. It is easier to read. The numbers in the second example will also speed data entry, if you are using a paper questionnaire.

When using a grid like the above example the way you lay out the choices will affect the results. It is not clear whether it is always best to make the leftmost column the most positive response or the most negative response, but there is a tendency for people to pick the left side of the grid more than the right side, regardless of whether the left side is positive or negative. So any time you use a grid you should discount the left side responses to some degree. This tendency does not interfere with comparing the answers in different rows in the grid, but does affect absolute statements such as "45% agree that the company has a good vacation policy."

Surveys are a mixture of science and art, and a good researcher will save their cost many times over by knowing how to ask the correct questions.

Additional Tips for Web Surveys:

One principle is to consider good Web page design when creating your survey pages. Do not use too many colors or fonts. They are distracting. On the other hand, bolding, italicizing, and changing the colors of key words, used appropriately, can make your questions easier to understand. Using color and/or a smaller font size to make instructions distinct from question text can make your questionnaire easier to follow.

Always specify a background color, even if it is white (usually a good choice). Some browsers may show a background color you do not expect, if

you do not specify one. Background images usually make text harder to read, even when they make a page more attractive at first glance.

Use graphics sparingly. Some home Internet users still connect via modems, and graphics slow download times. Remember that showing a large graphic at a small size on a Web page does not reduce the time needed to download the graphic. Create or modify the graphic to a file size that is no bigger than you need. If your sample consists of people at work, you may use more graphics, since those people usually have faster connections, but even they appreciate faster downloads.

Use video only if that is what you are testing (e.g., a commercial). Make sure you do not require people to scroll horizontally to view part of the survey page. Most people find horizontal scrolling annoying. Question text wraps to fit the available space, but you can make a grid that is wider than some screens. As of January 2014 about 6% of people still use 1024x768 desktop screen resolution. You may want to design your pages to be up to 980 pixels wide (leaving room for the browser edges and a scrollbar). In any case, you should not ask opinions on any graphic wider than that, since some people will have to scroll to see it.

Include an introduction or welcome page. Explain the reason for the survey (as far as you can without compromising the survey). Put instructions at the point they are needed, instead of grouping them on the first page.

Make sure your page and question layout are consistent. Do not put answer choices on the right for some questions and on the left for others. Use color consistently. For example, always use the same color to represent an instruction, which is not part of a question per se. Use a different color (or bolding) any time you want to highlight words within questions.

Recognize that requiring that questions be answered will likely increase the number of people who drop out of a survey in the middle. If you do require answers, consider doing so only on key questions. Whenever you require an answer make sure the available options include all possible answers, including \93don\92t know,\94 \93decline to state,\94 or \93not applicable,\94 if there is any chance that these may represent some people\92s answers.

Consider your sample when designing the pages. Using answer grids and presenting answer choices in two or more columns can look attractive, save space and help avoid vertical scrolling. Unfortunately, these formats are a bit harder for some people to understand than a simple vertical list of

answer choices. If you think your target population may have some trouble understanding how to fill out the survey, use these formats sparingly.

Allow space for long replies to comment type questions. Some people will type in longer answers on a Web page than they would write on a paper questionnaire or say to an interviewer.

Drop-down lists save space on the screen, but be careful using them. Lists that require scrolling to see some choices can bias the results. Use them only if there is only one possible choice a person can make. One example is state of primary residence. If you present a list of choices that people have to think about, and only some of the choices are initially visible, there will be a bias in favor of those initially visible choices.

Researchers have been looking into the issue of whether it is better to present a survey in one or more long scrolling pages or in a series of separate pages that do not need scrolling. Research has not yet provided a clear answer. There is some evidence that grouping several similar questions on a page may result in answers that are more similar than if the questions were on different pages. Some people may dislike scrolling down a long page, while others may dislike the brief wait between questions when each is on a different page. Having your questionnaire split into multiple pages has the advantage that if someone quits partway through, at least you have the answers they have already given (depending on your survey software). You will also need to split your survey into multiple pages, if you want some people to not see certain questions, or if you want the answers given for some questions to affect those shown for later questions.

Sometimes researchers like to announce the start of a new section in a survey. If you want to announce a new section, include at least one question on the page. The one exception to this rule is if the section start includes some instructions, and you have decided to randomize the order of the questions in the section. In that case, the section instructions would have to be one their own page, since you do not know which question would follow.

If you have any questions that require qualifying instructions, include the instructions above or before the question, rather than after it. For example, instead of "On how many days did you take a walk last week (don't count walks of less than 1/2 mile)?", use "On how many days did you walk more than 1/2 mile last week?" In the former case some people will jump straight to filling in the answer without reading the qualifying instruction.

If you present a grid in which people will rate several items or

concepts, use survey logic to randomize the order in which the items or concepts are presented. There is a tendency for people to rate items higher on the page more favorably.

Some researchers like to show progress bars in a web survey. A fast moving progress bar (20%, 40%, 60%...) might encourage people, but a slow moving one (2%, 4%, 6%) will discourage people and likely lead to people quitting the survey.

When you have finished creating the survey and have it up on your Web site, test it thoroughly. Make sure that all the pages look as you wish and that all skips, randomizations and other logic work as you intend. A test on your own PC or a paper copy of the questionnaire does not guarantee that the copy on the Web will look and act the same. We also recommend you monitor the live results as your survey progresses (good Web survey software allows this). Doing so can help you spot any problems that did not appear during your testing. Despite their best efforts most researchers occasionally miss something.

Web Surveys on Smartphones and Tablets:

Smartphones and tablets need special consideration. Many newer ones have screens with 1024x768 or higher resolutions, but their screen sizes are so small that font sizes that are perfectly readable on a computer-sized screen may be unreadable without zooming in on a phone. Since many people now use these devices for email and to otherwise connect to the Internet, if your survey does not fit these devices, you would likely lose some people who would otherwise participate.

The best solution is responsive design survey software, which adapts fonts, logos and other elements to fit the devices on which surveys are being viewed. Another useful responsive design feature is the ability to convert grid or matrix style questions into a series of drop down lists or multiple-choice questions. If your survey software cannot create surveys that adapt to different devices, and you think that many of your respondents will be taking your survey on a smartphone or smaller tablet, you may want to use large fonts for both labels and text input.

Some survey software lets you rank items by dragging and use sliders to collect numeric input or ratings. These techniques can be engaging, but often present problems on smartphones and tablets. These devices often interpret attempts to drag an item or move a slider bar as attempts to scroll the screen, preventing the dragging from working. You might want to avoid these techniques, if you think people will take your survey on touchscreen devices.

Some survey software can let you use skipping/branching instructions to present different versions of questions to PCs and mobile devices. This ability could potentially let you rank items by dragging on PCs and by filling in numbers on mobile devices. You could also present different versions of an image. But if you do show different versions of questions depending on the device used to take a survey, be sure to do a crosstab to compare answers from both versions of a question to see if there are differences in the responses. Different ways of presenting a question can sometimes yield different results.

Additional Tips for Mail Surveys:

Include a cover letter with all mail surveys. A good cover letter will increase the response rate. A bad one, or none at all, will reduce the response rate. Include the information mentioned earlier about the purpose of the survey, who is conducting the research and who is sponsoring the research, if you think revealing the sponsor might help. For example if you are surveying the members of an organization, mention the organization. Describe the incentive (if any). Describe how to return the questionnaire. Include the name and telephone number of someone the respondent can call if they have any questions. Include instructions on how to complete the survey itself.

The most effective cover letters and invitations include the following elements: Ask the recipient to take the survey. Explain why taking it will improve some aspect of the recipient's life (it will help improve a product, make an organization better meet their needs, make their opinions heard). Appeal to the recipient's sense of altruism ("please help"). Ask the recipient again to take the survey.

Number mail questionnaires on each page and include the return address on the questionnaire itself, because pages and envelopes can be separated from each other. Envelopes should have return postage prepaid. Using a postage stamp often increases response rates, but is expensive, since you must stamp every envelope - not just the returned ones.

You may want to leave a space for the respondent to add their name and title. Some people will put in their names, making it possible for you to recontact them for clarification or follow-up questions. Indicate that filling in their name is optional. If the questions are sensitive in nature, do not have a space for a name. Some people would become suspicious and not complete the survey.

If you hand out questionnaires on your premises, you obviously cannot

remain anonymous, but keep the bias problem in mind when you consider the answers.

Pre-test the Questionnaire:

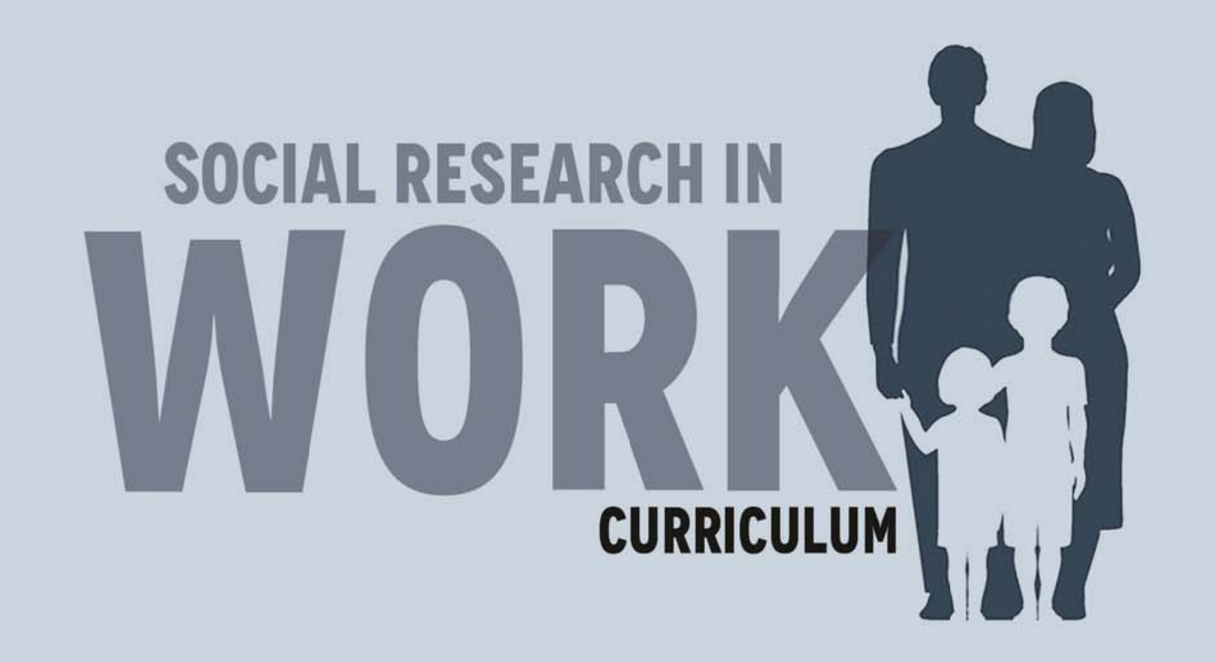
The last step in questionnaire design is to test a questionnaire with a small number of interviews before conducting your main interviews. Ideally, you should test the survey on the same kinds of people you will include in the main study. If that is not possible, at least have a few people, other than the question writer, try the questionnaire. This kind of test run can reveal unanticipated problems with question wording, instructions to skip questions, etc. It can help you see if the interviewees understand your questions and give useful answers.

If you change any questions after a pre-test, you should not combine the results from the pre-test with the results of post-test interviews. The Survey System will invariably provide you with mathematically correct answers to your questions, but choosing sensible questions and administering surveys with sensitivity and common sense will improve the quality of your results dramatically.

المصدر:

http://www.surveysystem.com/sdesign.htm

تم بحمد اللـه



البحث في الخدمة الاجتماعية SOCIAL WORK RESEARCH هو إحدى الطرق المعاونة أو المساعدة في مهنة الخدمة الاجتماعية. وهو عبارة عن تطبيق قواعد ومراحل البحث العلمي على موضوعات تهم مهنة الخدمة الاجتماعية، وذلك بهدف تحسين الممارسة المهنية وبناء وتطوير البناء المعرفي في هذه المهنة.

ولا شك أن البحث في الخدمة الاجتماعية من الأمور الصعبة والمحفوفة بالكثير من المشكلات والمخاطر. من هذه المشكلات والمخاطر: عدم توفر كثير من الإحصاءات الاجتماعية أو وجود إحصاءات اجتماعية مضللة لا تمثل الواقع الفعلي لأنماط وحجم المشكلات الاجتماعية في المجتمع، أو صعوبة الحصول على الإحصاءات الواقعة والحديثة والكاملة والموضوعية، أو تخوف كثير من المبحوثين من المشاركة في أي بحث علمي، أو تخوف كثير من الجمعيات والمؤسسات والمنظمات والشركات من الإفصاح عما لديها من معلومات وبيانات...

وفي هذا الإطار يأتي صدور هذا الكتاب عن «مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية» كجهد علمي متواضع في هذا المجال، بدف إلقاء الضوء على أهمية إتباع طريقة البحث العلمي في دراسة جميع الظواهر الاجتماعية والمشكلات الاجتماعية في المجتمع، ودراسة حاجات ومشكلات عملاء الخدمة الاجتماعية، والجمعيات والمؤسسات والمنظمات المسئولة عن إشباع هذه الحاجات ومواجهة هذه المشكلات...


ISBN 978-977-722-099-6



8 أشارع أحمد فخرى مدينة نصر – القاهرة . تليفاكس: 23490242- 23490419 (202)
elarabgroup@yahoo.com info@arabgroup.net.eg
www.arabgroup.net.eg